

Dr. Edison Bonar Tua Hutapea, M. Si

KOMUNIKASI POLITIK  
LINGKUP KAJIAN, KONSEP DAN PENDEKATAN

# KOMUNIKASI POLITIK

## LINGKUP KAJIAN, KONSEP DAN PENDEKATAN

Kata pengantar:

Prof. Dr. Soleh Soemirat, M.Si.  
Prof. Dr. Engkus Kuswarno, M.Si

Sangat menarik, banyak teori-teori dan pikiran hebat ditulis dalam buku ini. Walau buku ilmiah, namun menggunakan bahasa sederhana – hingga pembaca mudah memahaminya. Buku ini menggambarkan tentang konsep, teori dan pendekatan-pendekatan yang ada dalam kajian komunikasi politik. Banyak kajian teori, realitas dan fenomena yang diulas oleh penulis.

Sangat kompleks dan komprehensif, penulis berusaha memotret antara realitas dengan teori, lalu dideskripsikan secara detail dan runut, diperkaya dengan narasi pikiran kritis dari penulis. Disinilah peranan penulis sebagai doktor ilmu Komunikasi – menyajikan buku untuk para akademisi, mahasiswa, praktisi dan aktivis.

**Pangi Syarwi Chaniago**

Analisis Politik sekaligus Direktur Eksekutif Voxpol Center Research and Consulting

Saya menangkap esensinya, bahwa komunikasi merupakan dinamika manusia yang sudah ada sejak dulu kala dan berlangsung sampai sekarang. Manusia berpolitik adalah keniscayaan – oleh sebab itu mereka harus memahami komunikasi politik. Melalui bacaan ini kita bisa memami esensi komunikasi politik. Karya ini layak dibaca oleh siapapun. Lebih khusus politikus yang ingin berkomunikasi dengan cara sehat.

**Prof. Dr. Arthur S. Nalan. M. Hum**

Guru Besar Sosiologi Seni ISBI Bandung

Dalam melakukan komunikasi politik, sebaiknya tidak mengedapan ego pribadi dan kelompok – termasuk ego untuk kepentingan penguasa. Jadilah politisi yang baik, tidak korup dan tidak menjadi politisi busuk serta tak beretika. Jangan menjadi politisi yang selalu membungkus diri dengan cara pencitraan di media masa. Berjuanglah untuk kepentingan rakyat dan negara. Buku ini memberikan pesan atas realitas politik, dan bagus untuk menjadi rujukan.

**Dr. Ayu Larasati, S.Sos, M. Ikom**

Doktor Ilmu Politik dan Staf Kementerian Luar Negeri

Makin banyak refrensi yang bisa dibaca dan dipelajari oleh komunikator politik (aktivis, professional, politisi, jurnalis dan masyarakat) yang sedang berada dipanggung politik resmi maupun yang berada dipanggung politik jalanan. Melalui buku ini, pembaca semakin bisa mengelola pesan politik yang mau disampaikan atau yang sedang diperjuangkan. Buku ini akan melengkapi bacaan kita bagaimana cara mempertukarkan pesan politik. Bacaan ini sangat menarik.

**Lely Arrianie**

Pakar Komunikasi Politik dan Presidium Asosiasi Ilmuwan Komunikasi Politik Indonesia (AIKPI)

Komunikasi politik sangat penting karena mempunyai peranan yang besar dalam system politik dan system demokrasi. Buku ini dapat membantu pembaca, terutama bagi yang ingin terjun langsung ke politik praktis. Sebab membahas tentang perkembangan komunikasi politik yang cukup luas di Indonesia. Buku ini juga akan meningkatkan kualitas konseptual di bidang komunikasi yang menjadi syarat penting dalam menunjang aktivitas para praktisi politik.

**Mindo Sianipar**

Anggota DPR RI, Komisi IV Periode 2019 -2024

By reading this book, we will understand that political communication is a moving politics, not a silent politics. Where interactions that contain power are conveyed through political messages that contain demands and support in the political system. As well as who is the communicator, what is the medium which makes something a political dimension. Happy digging this book.

**Franky P. Roring**

Dean of Faculty of Social and Political Sciences, Bung Karno University



# **KOMUNIKASI POLITIK**

**LINGKUP KAJIAN,  
KONSEP DAN PENDEKATAN**

**Dr. Edison Bonar Tua Hutapea, M. Si**



Kutipan Pasal 72:  
Sanksi Pelanggaran Undang-undang Hak Cipta  
(UU No. 19 Tahun 2002)

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Lingkup Kajian,  
Konsep dan Pendekatan

## **KOMUNIKASI POLITIK**

### **Lingkup Kajian, konsep dan Pendekatan**

Oleh: Dr. Edison Bonar Tua Hutapea, M. Si  
Editor, Launa. -- Depok : Gibon  
Books, 2020.

Perpustakaan Nasional:

Katalog Dalam Terbitan (KDT)

xviii + 382 hlm.: ilus.; 240 cm

Pustaka: hlm 349

ISBN: 978-979-773-056-7

Cetakan Pertama, Desember 2020

Desain dan Layout:

Suryanda Abdulgani

Diterbitkan

Gibon Books, Jakarta, Desember 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.

Dilarang mengutip, memperbanyak dan/atau menerjemahkan  
sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun  
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

# DAFTAR ISI

PENGANTAR (Prof. Dr. Soleh Soemirat, M.Si)	i
PENGANTAR (Prof. Dr. H. Engkus Kuswarno, M.S)	iv
PENGANTAR PENULIS	vii

## **BAB 1: PENGERTIAN KOMUNIKASI**

A. Hakekat dan Makna Komunikasi	1
B. Definisi	8
C. Proses	12
D. Fungsi	17
E. Jenis dan Bidang Kajian	21
1. Jenis Komunikasi	21
• Komunikasi Verbal dan Non Verbal	21
• Komunikasi Langsung dan Tidak Langsung	24
• Komunikasi Lisan dan Tulisan	25
• Komunikasi Interpersonal	28
• Komunikasi Intrapersonal	28
• Komunikasi Komunikasi Kelompok	28
• Komunikasi Organisasi	28
• Komunikasi Massa	29
2. Bidang Kajian	29
• Versi Asian Media Information and Communication Centre (AMIK)	29
• Versi Communication Management Assosiation (CMA)	30
• Versi International Communicology Institute (ICI)	30
• Versi National Communication Association (NCA)	31
• Versi Russian Communication Association (RCA)	31
• Versi Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM)	31
F. Alur dan Komponen	32
1. Alur Komunikasi	32
2. Komponen Komunikasi	33
G. Paradigma dan Pendekatan	36
1. Definisi	36
• Paradigma Positivis/Objektivis/Fungsionalis	41
• Paradigma Interpretif/Konstruktivis	42

• Paradigma Kritis	43
• Paradigma Postmodernis	45
2. Pendekatan	47
• Pendekatan Scientific	47
• Pendekatan Humanistic	48
• Pendekatan Proses Scientific	49
H. Model-model Komunikasi	51
1. Model Komunikasi Linier	52
2. Model Komunikasi Interaksional	52
3. Model Komunikasi Transaksional	53
4. Varian Model Komunikasi	54
• Model S-R/S-O-R	54
• Model Aristotels	55
• Model Laswell	56
• Model Shannon dan Weaver	58
• Model Osgood dan Schramm	58
• Model Newcomb	59
• Model Westley dan MacLean	60
• Model Gerbner	60
• Model Berlo	61
• Model DeFleur	64
• Model Gudykunst dan Kim	65

## **BAB 2: KOMUNIKASI POLITIK**

A. Latar Studi Komunikasi Politik	67
B. Konsep Dasar	73
1. Konsep Dasar Komunikasi	73
2. Konsep Dasar Politik	77
• Kekuasaan (Power)	77
• Kewenangan (Authority)	78
• Legitimasi (Legitimacy)	79
• Pengaruh (Influence)	81
• Rezim (Regime)	82
• Negara/Bangsa (State/Nation)	83
• Pemerintah (Government)	88
• Warga Negara (Citizen)	92
• Pengambilan Keputusan (Decision Making)	94
• Kebijakan Umum (Public Policy)	98
• Distribusi/Alokasi Nilai (Distribution/Value Allocation)	102
• Konsensus dan Konflik (Concensus and Conflict)	105

C. Fungsi dan Struktur Politik	112
1. Fungsi Sistem Politik	112
• Political Information	116
• Building a Political Image	117
• Formation Public Opinion	117
• Encourage Political Participation	118
2. Struktur Politik	125
D. Pengertian Komunikasi Politik	130
E. Unsur Komunikasi dalam Politik	137
F. Unsur Politik dalam Komunikasi	143
G. Fungsi Komunikasi Politik	148

### **BAB 3: DIMENSI-DIMENSI ETIS KOMUNIKASI POLITIK**

A. Etika Sebagai Isu Filsafat	156
1. Etika	156
2. Aliran dalam Etika	161
• Etika Deontologis	161
• Etika Teleologi	162
• Virtue	162
• Etika Teologis	163
• Egoisme	164
• Utilitarianisme	164
B. Etika Komunikasi Politik	165
1. Etika Komunikasi	165
2. Etika Politik	167
3. Etika Komunikasi Politik	169
C. Hakekat Manusia, Bahasa, dan Simbol-simbol Kekuasaan	174
D. Komunikasi Politik Sebagai Simbol	181
E. Media Sebagai Sarana Komunikasi Politik	185

### **BAB 4: BENTUK-BENTUK AKTIVITAS KOMUNIKASI POLITIK**

A. Pembicaraan Politik	188
1. Konteks Pembicaraan Politik	188
2. Sifat Pembicaraan Politik	189
B. Persuasi Politik	192
C. Retorika Politik	196
D. Propaganda Politik	199
E. Periklanan Politik	202
F. Kampanye Politik	208
G. Visual Political Campaign	210



## **BAB 5: KOMUNIKASI POLITIK DAN PROSES DEMOKRASI**

A. Pengertian Demokrasi	216
B. Gelombang Demokratisasi	219
C. Ciri, Prinsip, dan Tipologi Demokrasi	223
1. Ciri Demokrasi	223
2. Prinsip Demokrasi	225
3. Tipologi Demokrasi	228
D. Pendekatan Demokrasi	229
E. Demokrasi Pancasila	232
1. Pengertian Demokrasi Pancasila	232
2. Periode Perkembangan Demokrasi Indonesia	234
F. Dinamika Demokrasi Indonesia Era Reformasi	241
G. Komunikasi Politik dalam Proses Demokrasi	244

## **BAB 6: MEDIA, POLITIK, DAN DEMOKRASI**

A. Media dan Politik	248
B. Politik Media	253
1. Media dan Transisi Politik	253
2. Politik Media Sebagai Kebijakan Negara	256
• Negara dan Media Era Orde Lama	258
• Negara dan Media Era Orde Baru	260
• Negara dan Media Era Reformasi	261
3. Politik Media Sebagai Jaringan Para Aktor	265
C. Peran Media dalam Peningkatan Kualitas Demokrasi	268
1. Menimbang Eksistensi dan Orientasi Media	268
2. Cyberdemokrasi: Titik Temu Media dan Demokrasi	272
3. Media dan Peningkatan Kualitas Demokrasi	273
• Tantangan Demokrasi Kontemporer	274
• Independensi dan Otonomi Media	275
• Perlindungan Media dan Pekerja Media	277

## **DAFTAR PUSTAKA**

**349**

## **BIOGRAFI PENULIS**

**379**



# DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Dimensi-dimensi Paradigma	38
Tabel 2.	Tiga Perspektif/Paradigma Ilmu Sosial	39
Tabel 3.	Perbedaan Aspek Ontologis, Epistemologis, Aksiologis, dan Metodologis	39
Tabel 4.	Gagasan Utama Paradigma Kritis	44
Tabel 5.	Orientasi dan Konsep Sentral Paradigma Kritis	44
Tabel 6.	Dikotomi Modernisme versus Postmodernisme	46
Tabel 7.	Peta Pemikiran Teori Konflik	108
Tabel 8.	Gaya Komunikasi Tubbs dan Moss	120
Tabel 9.	Gaya Komunikasi Robert Norton	121
Tabel 10.	Definisi Perspektif Komunikasi	132
Tabel 11.	Komponen Konseptual Komunikasi Dance	147
Tabel 12.	Perbedaan Kampanye Politik dan Propaganda (1)	214
Tabel 13.	Perbedaan Kampanye Politik dan Propaganda (2)	214
Tabel 14.	Perbandingan Pendekatan Demokrasi	232
Tabel 15.	Perbandingan Pelaksanaan Demokrasi di Indonesia	240
Tabel 16.	Model Kerangka Kerja Media Massa	253
Tabel 17.	Bentuk dan Pengaruh Pemberitaan Media Kepada Masyarakat	256
Tabel 18.	Pers Indonesia Era 195-1960-an	259
Tabel 19.	Model Hubungan Pers, Masyarakat, dan Negara	261
Tabel 20.	Unsur yang Menentukan Operasional dan Tujuan Media di Suatu Negara	264
Tabel 21.	Statifikasi Politik dan Penggunaan Media Sosial	266
Tabel 22.	Tahap Perilaku Aktor dalam Jaringan Komunikasi	268



# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Proses Komunikasi	15
Gambar 2.	Model Komunikasi Linier	52
Gambar 3.	Model Komunikasi Interaksional	52
Gambar 4.	Model Komunikasi Transaksional	53
Gambar 5.	Model Komunikasi S-R (Stimulus-Respon)	54
Gambar 6.	Model Aristoteles	55
Gambar 7.	Model Laswell	56
Gambar 8.	Model Shannon dan Weaver	58
Gambar 9.	Model Osgood dan Schramm	59
Gambar 10.	Model Newcomb	59
Gambar 11.	Model Westley dan McLean	60
Gambar 12.	Model Gerbner	61
Gambar 13.	Model Berlo	62
Gambar 14.	Model DeFleur	64
Gambar 15.	Model Gudykunst dan Kim	65
Gambar 16.	Siklus Kebijakan Publik William Dunn	102
Gambar 17.	Bagan Relasi Komunikasi dan Politik Pippa Norris	119
Gambar 18.	Kerangka Sistem Politik Easton	127
Gambar 19.	Model Lingkungan Sistem Politik	130
Gambar 20.	Model Arus Sistem Politik	131
Gambar 21.	Unsur Komunikasi dalam Sistem Politik	138
Gambar 22.	Model Arus Komunikasi Dua Tahap	141
Gambar 23.	Objek Etika (Perbuatan)	170
Gambar 24.	Model Etika Komunikasi Ibnu Sina	173
Gambar 25.	Relasi Bahasa dan Kekuasaan Menurut Bourdieu	180
Gambar 26.	Survei Demokrasi Global Freedom House 1991	221
Gambar 27.	Indeks Demokrasi Global The Economist 2019	222
Gambar 28.	Kriteria Objektivitas Pemberitaan	249



# KATA PENGANTAR

**B**UKU *Komunikasi Politik: Lingkup Kajian, Konsep, dan Pendekatan* yang sudah ada di tangan para pembaca budiman ini, bisa dikatakan adalah salah satu referensi menarik yang melengkapi kepustakaan kita terkait komunikasi politik—dari sekian banyak kepustakaan komunikasi politik lain—yang penting untuk kita baca. Kenapa isu yang diangkat buku ini menjadi penting? Bagi saya selaku pemberi Kata Pengantar, karena isu komunikasi politik adalah lahan kajian yang tak pernah kering untuk dibahas, bersifat multidimensi, multimakna, terutama di era demokratisasi politik negeri ini yang terus berkembang secara dinamis.

Sebagai bidang kajian yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan proses aktivitas kekuasaan dan dinamika politik kebijakan pemerintah, komunikasi politik saat ini telah tumbuh tak hanya sebatas menjadi kajian akademis yang rumit, namun juga telah berkembang sebagai sebuah ilmu terapan (*applied science*) yang telah menghasilkan berbagai dampak positif bagi penguatan masyarakat dan konsolidasi demokrasi di banyak negara. Tak hanya itu, dalam satu dekade terakhir, istilah komunikasi politik semakin akrab di telinga. Era keterbukaan dan demokratisasi telah membawa angin segar bagi disiplin komunikasi politik yang masih relatif baru, yang mulai tumbuh di negeri ini sejak dekade 1970-an lalu. Perkembangan dan dinamika dalam kajian komunikasi politik yang berkembang begitu pesat patut diapresiasi. Ketika rezim Orde Baru (1966-1998) masih berkuasa, ilmu ini sesungguhnya sudah dikenal, namun masih dalam lingkungan akademik yang sangat terbatas. Rezim Orde Baru yang dikenal represif seolah-olah telah membungkam ilmu ini, sehingga dalam tataran praktisnya, kajian komunikasi politik tidak hanya kurang dikenal, namun juga masih kurang diminati para mahasiswa saat itu.

Sebagai sebuah disiplin kajian, komunikasi politik sesungguhnya sudah

dikenal sejak manusia mulai berpolitik. Perkembangan studi komunikasi politik makin tampak pada era, dan pasca PD I dan PD II melalui kajian propaganda dan *psywar*. Demikian juga sebagai bidang kajian, komunikasi politik juga telah menyebar luas melintasi berbagai disiplin ilmu. Ilmu komunikasi (terutama kajian komunikasi politik) mendapat asupan atau sumbangan cukup besar dari berbagai disiplin ilmu sosial lain, terutama dari psikologi (atau psikologi sosial), sosiologi, dan ilmu politik.

Meski demikian, sebagai telaah ilmiah, perdebatan akademis komunikasi politik sebagai bagian dari ilmu komunikasi atau ilmu politik hingga kini masih tetap berlangsung. Namun, perkembangan komunikasi politik—terutama di Indonesia—yang masih relatif baru tentu masih membutuhkan waktu untuk sampai pada satu kesimpulan: apakah komunikasi politik masuk ranah kajian ilmu komunikasi atau ilmu politik? Jika kita telusuri riwayat perjalanan akademisnya, studi tentang komunikasi politik memang diawali oleh studi tentang pendapat umum, propaganda, perang urat syaraf yang dilakukan oleh para sarjana ilmu politik, seperti Walter Lippmann dan Harold Laswell. Karya-karya tersebut haruslah diakui telah memberi kontribusi dan landasan penting bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya studi komunikasi politik. Di luar Lippmann dan Laswell, nama-mana seperti Ferdinand Tönnies, Georg Herbert Mead, Herbert Blumer, Kurt Lewin, Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, William McPhee, Carl Hovland, David Truman, Gabriel Almond, David Easton, James Coleman, Bingham Powell hingga para teoritis kritis (*critical theory*), seperti Theodore Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin, dan Jürgen Habermas. Para penggagas teori kritis ini juga tak sedikit jasanya dalam pengembangan studi komunikasi politik yang bernuansa dramatik, seperti paradigma komunikasi postpositivis, konstruktivis, dan kritis.

Pun di Indonesia, komunikasi politik beserta definisi, konsep, teori, metodologi dan topik-topik kajiannya terus tumbuh dan berkembang sejalan dengan dinamika politik dan praktik komunikasi politik itu sendiri. Pada saat demokratisasi mulai bangkit, peran ilmu komunikasi, khususnya kajian komunikasi politik pun mulai merangkak bangkit. Apalagi fenomena demokrasi yang kian berkembang tersebut dipraktekkan secara relatif liberal, yakni melalui sistem demokrasi langsung (*direct democracy*). Pertumbuhan dan perkembangan studi komunikasi politik pun telah memunculkan profesi baru, yang kemudian dikenal luas dengan beberapa sebutan, seperti 'analisis komunikasi politik,' 'pakar komunikasi politik,' 'konsultan komunikasi politik,' atau 'praktisi pemasaran politik.' Para aktor atau kandidat politik yang ikut berkompetisi

memperebutkan berbagai jabatan politik (eksekutif maupun legislatif), dari mulai walikota, bupati, gubernur, hingga presiden termasuk para politisi yang ingin tampil sebagai anggota DPRD kabupaten/kota, DPRD provinsi, DPR-RI, dan DPD RI, merasa penting untuk melibatkan jasa para analis, pakar, konsultan, dan praktisi komunikasi politik untuk 'memenangkan persaingan/pertaruangan politik.'

Kehadiran Ilmu komunikasi (politik) ini setidaknya telah memberi ruang bagi diskursus demokratisasi dan perpolitikan yang lebih segar dan berwarna di Indonesia. Lembaga-lembaga survei politik pun banyak bermunculan. Sebagai salah satu bidang kajian yang cukup diminati, mempelajari komunikasi politik sangat penting, karena ia adalah salah satu fungsi penting dalam memahami sistem politik dan sistem demokrasi. Pada setiap proses politik, komunikasi politik menempati posisi yang strategis. Bahkan, kajian komunikasi politik merupakan 'urat nadi' dalam sebuah proses politik; sebuah aktivitas maha penting karena melibatkan hajat hidup rakyat. Bagaimana tidak? Aneka struktur politik, dari mulai institusi parlemen, lembaga kepresidenan, partai politik, lembaga swadaya masyarakat, kelompok kepentingan/kelompok penekan, kelompok anomik hingga warga negara biasa, bisa meraih wacana dan informasi politik yang penting dan bermanfaat melalui bacaan komunikasi politik.

Dengan melihat peta persoalan di atas, buku ini sangat penting bagi para mahasiswa, dosen, dan peneliti maupun para pihak seperti pemerhati, jurnalis, aktivis, dan masyarakat pada umumnya, juga mereka yang terjun langsung dalam area politik praktis, seperti politisi, pejabat publik atau birokrat di institusi pemerintahan. Sebab buku ini membahas tentang perkembangan komunikasi politik yang cukup luas, meliputi bahasan di tingkat konsep, teori, paradigma, strategi, implementasi, dan kasus perkembangan komunikasi politik di Indonesia. Sementara bagi mereka yang terjun di bidang politik, buku ini juga dapat memberikan manfaat dalam rangka meningkatkan kualitas konseptual dan praktis di bidang komunikasi yang merupakan syarat penting dalam menunjang aktivitas para praktisi. Sebab, sebagai komunikator dan sosialisator kebijakan, dengan pengayaan konseptual dan praktik komunikasi politik yang baik, mereka dapat memerankan posisi, fungsi, dan eksistensinya secara efektif di tengah masyarakat, sekaligus sarana positif untuk mempertahankan, memelihara, meningkatkan, dan mengokohkan dukungan politik masyarakat.

Akhir kata, saya menyampaikan penghargaan yang tinggi atas terbitnya buku yang ditulis oleh Saudara Dr. Edison Hutapea, Drs., M.Si. Penulis adalah mahasiswa yang saya kenal cukup baik, karena penulis cukup aktif saat

mendalami ilmu komunikasi di program magister (S2) dan program doktor (S3) di UNPAD. Tak lupa, saya juga mengapresiasi upaya Saudara Launa, Drs., MM., M.Si yang telah membantu proses penyuntingan dan editing buku ini.

Berbagai analisis, contoh-contoh, dan kasus yang ditampilkan buku ini tak hanya penting sebagai wacana akademis, namun juga menarik untuk dikaji, karena sebagian besar analisisnya bersumber langsung dari literatur fenomena komunikasi politik yang relatif ada aktual. Membaca buku ini kita seperti diajak untuk melihat panorama politik Indonesia dengan teropong ilmu komunikasi, khususnya komunikasi politik.

Selamat membaca.

Bandung, Oktober 2020

**Prof. Dr. Soleh Soemirat, M.Si.**

# KATA PENGANTAR

Komunikasi (termasuk komunikasi politik) merupakan kegiatan yang lazim dilakukan oleh manusia. Setiap manusia pasti melakukan komunikasi dan interaksi untuk saling memberi pengaruh anatara sat dengan lainnya, sengaja atau tidak sengaja, langsung atau tidak langsung, bisa berlangsung dimana pun dan kapan pun. Pasalnya, manusia bukanlah makhluk individual, namun makhluk sosial, yang salah satu ciri eksistensi manusiawinya tercermin melalui aktivitas komunikasi. Tidak ada manusia yang bisa hidup tanpa berkomunikasi. Karena posisinya yang strategis dalam kehidupan manusia itulah, ilmu komunikasi tumbuh sebagai sebuah bidang kajian. Dalam proses pertumbuhannya itu, ilmu komunikasi mengalami berbagai fase pendewasaan ilmiah (*scientific maturity*), yang salah satu cirinya ditandai sebagai disiplin ilmu yang memiliki bidang kajian yang makin luas dan kian spesifik.

Sebut saja diantaranya komunikasi jurnalistik, tumbuh menjadi kajian sistematis tentang komunikasi massa (*mass communication*), kemudian memecah lebih spesifik lagi menjadi studi media (*media studies*). Lalu komunikasi organisasi tumbuh dan memecah menjadi berbagai bidang kajian baru, seperti hubungan masyarakat (*public relation*), komunikasi pemasaran (*marketing communication*), komunikasi bisnis (*business communication*), komunikasi periklanan (*advertising communication*), dan seterusnya. Berikutnya bidang kajian komunikasi politik, dalam perkembangannya juga memiliki cakupan kajian luas, seperti kampanye politik, periklanan politik, manajemen PR politik, manajemen citra politik, studi perilaku aktor/komunikator politik, studi perilaku pemilih/khalayak politik, studi media politik/politik media, dan berbagai bidang kajian baru lainnya.

Khusus bidang kajian komunikasi politik, studi ini membahas aspek komunikasi yang terkait atau melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau memosisikan analisis komunikasi yang berkaitan dengan kekuasaan,



pemerintahan, dan kebijakan negara. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu teoritis (akademis) dan ilmu terapan (praktis), komunikasi politik bukanlah medan kajian baru, karena komunikasi politik menyangkut aktivitas komunikasi antara 'yang memerintah' (*the rule*) dan 'yang diperintah' (*the ruled*). Artinya, jika kita runut lebih ke belakang, maka komunikasi politik sebagai sebuah fenomena sosial politik berlangsung sejak peradaban manusia mengenal pembagian kelas/kasta sosial.

Studi komunikasi politik yang terorganisir bisa dikatakan dimulai dari analisa teknik propaganda yang disusun Harold D. Lasswell (1927). Laswell hingga kini dikenal sebagai bapak perintis ilmu komunikasi. Studi Laswell tentang propaganda politik (*Propaganda Technique in the World War*, 1927) itu kemudian dipublikasi oleh *The American Political Science Review*. Hasil riset Laswell mengelaborasi secara sistematis bagaimana 'efek' dan 'pengaruh' komunikasi massa. Menurutnya, sebuah tindak komunikasi bisa dianalisa dengan pertanyaan 'siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat (efek) apa.' Sebelumnya, Walter Lippmann juga telah merintis tentang pembentukan opini publik (*Public Opinion*, 1922). Studi lain yang terkait dengan topik komunikasi politik juga dilakukan oleh Hedley Cantril dan Gordon Allport yang mengkaji tentang fenomena 'persuasi' dalam karya mereka *The Psychology of Radio*, 1935). Studi-studi awal komunikasi politik yang dilakukan oleh para ahli tersebut bisa dikatakan dipengaruhi secara kuat oleh perspektif psikologi sosial.

Istilah komunikasi politik mulai banyak disebut-sebut setelah Gabriel Almond menerbitkan tulisannya yang berjudul *The Politics of the Development Areas* (1960). Almond berpendapat bahwa komunikasi politika adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam dalam setiap sistem politik. Berbeda dengan ilmuwan politik yang lebih membahas komunikasi politik berkenaan dengan sistem politiknya (yaitu proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan otoritatif), maka ilmuwan komunikasi lebih membahas komunikasi politik dari aspek komunikasinya. Kajian komunikasi politik juga mendapat banyak pengaruh dari hasil studi para ilmuwan politik abad ke-20 yang mulai melihat politik sebagai kompetisi (persaingan) kelompok untuk mendapat sumber-sumber yang langka yang diperkenalkan oleh Arthur Bentley (1908). Melalui pengamatannya yang teliti terhadap realitas politik Chicago, Bentley menyimpulkan bahwa esensi dari politik adalah aksi dari kelompok-kelompok. Bentley mendefinisikan kelompok-kelompok berdasar kepentingan-kepentingan mereka.

Dengan demikian Bentley memandang politik sebagai sebuah proses

interaksi antara kelompok-kelompok kepentingan; dan cara pandang ini menjadi tersebar luas diantara kelompok *postwar political scientists* (kelompok ilmuwan pasca perang dunia kedua), khususnya dalam model pluralis yang dikembangkan oleh ilmuwan politik seperti Truman (1951) dan Robert Dahl dalam *A Preface to Democratic Theory* (1956). Dari perjalanan pendekatan persaingan (*competition approach*) antara kelompok-kelompok kepentingan tadi, muncullah sebuah parameter penting bagi riset komunikasi politik seperti terlihat dari proposisi bahwa kajian komunikasi dalam lapangan kampanye pemilu (*election campaign*) merupakan kasus-kasus paradigmatik dari lapangan ilmu komunikasi politik (Gazali, 2004).

Karya lain yang penting untuk disebut dalam perkembangan studi komunikasi politik juga datang dari Dan Nimmo dan Keith Sanders (*Introduction: The Emergence of Political Communication as a Field*, 1981); Sanders, Nimmo, dan Lynda Kaid (*Political Communication Yearbook*, 1984); Nimmo dan Sanders (*The Field of Political Communication: Beyond the Voter Persuasion Paradigm*, 1990); David L. Swanson dan Dan Nimmo (*New Direction in Political Communication*, 1990); Denis McQuail (*Mass Communication Theory: An Introduction*, 1994), Robert Denton dan Gary Woodward (*Political Communication in America*, 1998) serta karya-karya ilmuwan politik mutakhir lainnya, seperti Robert Denton Jr (*The Symbolic Dimensions of The America Presidency* (1985/1990); Denton Jr dan Dan Han (*Presidential Communication*, 1986); Mary Stuckey (*Media Use in the Contemporary Presidency*, 1996); Dan Nimmo (*Politics, Media, and Modern Democracy: The United States*, 1996), dan berbagai ilmuwan politik lainnya.

Buku komunikasi politik merupakan salah satu buku referensi yang memiliki nilai yang penting dan bermakna bagi kalangan luas, karena saat ini kita semua hidup di tengah arus demokrasi yang kian intens dan penuh gejolak. Komunikasi politik tidak hanya penting untuk dipelajari secara formal di perguruan tinggi, namun juga bagi para akademisi ilmu komunikasi dan politik, para pengamat sosial politik, termasuk politisi, jurnalis, profesional, dan masyarakat pada umumnya. Buku komunikasi politik karya Dr. Edison B. Hutapea, M.Si ini ditulis dan disajikan ke hadapan pembaca budiman dalam rangka ikut serta melengkapi referensi akademis dan praktis dalam semangat demokratisasi politik itu.

Sebagai sebuah karya tulis akademis, buku komunikasi politik ini—seperti buku-buku teks komunikasi politik lainnya—tentu memiliki kelemahan, baik dari sisi teknis penulisan maupun substansinya. Namun, sebagai sebuah karya tulis, apalagi dilatari oleh keseriusan penulisnya sebagai dosen untuk berkontribusi

dalam memperkaya khasanah kajian akademis, terbitnya buku ini tentu patut kita syukuri dan hargai. Selaku dosen yang sempat mengajar penulis saat penulis menimba ilmu di program magister dan program doktor di Universitas Padjajaran, tentu saya merasa senang dan bangga bisa memberi pengantar dalam buku karya mahasiswa saya ini. Juga kepada Saudara Launa, Drs., MM., M.Si yang telah membantu menyunting dan mengedit buku karya Dr. Edison Hutapea, Drs., M.Si ini.

Semoga buku ini bisa memberi manfaat bagi segenap pembacanya.

Bandung, Oktober 2020

**Prof. Dr. H. Engkus Kuswarno, M.S.**

# KATA PENGANTAR

Secara sederhana dapat dipahami, komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dari aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah yang akan diterapkan dalam kehidupan bernegara. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Kajian komunikasi politik sudah ada sejak ada pemerintahan atau yang memerintah dengan yang diperintah. Jauh sebelum negara modern, komunikasi politik sudah ada dalam kehidupan masyarakat. Sampai sekarang komunikasi politik selalu menjadi kajian yang menarik.

Buku Komunikasi Politik ini ingin kembali menguraikan hal-hal yang berkaitan dengan teori dan praktek komunikasi politik yang terjadi dalam masyarakat dan negara. Komunikasi politik secara keseluruhan tidak bisa dipahami, tanpa menghubungkannya dengan dimensi-dimensi politik, serta dengan segala aspek dan problematikanya.

Buku ini terdiri enam bab. Selain membahas tentang pengertian komunikasi dan sejarah komunikasi. Di bab pertama juga diuraikan tentang hakikat komunikasi. Komunikasi adalah sebuah ruang aktivitas, kegiatan atau proses yang begitu luas yang dilakukan oleh manusia (dalam kapasitasnya selaku makhluk individual, sosial, dan budaya) untuk menyampaikan isi pesan (melalui bahasa, tanda, lambang, atau simbol tertentu) kepada manusia lain untuk mencapai tujuan bersama. Sebagai makhluk individual, sosial, dan budaya manusia hidup dan akan senantiasa berelasi dan berinteraksi dalam dunia komunikasi. Setiap hari dan setiap saat manusia melakukan aktivitas komunikasi antarpribadi, berbicara dengan anggota keluarga, tetangga atau dengan rekan sejawat.

Pada bab selanjutnya, baru masuk pada pembahasn komunikasi politik. Mengkaji tentang komunikasi politik sebagai sebuah bidang kajian ilmiah,

bisa dikatakan sebagai perluasan sekaligus penggabungan dari kajian ilmu komunikasi dan ilmu politik. Kajian komunikasi politik memperoleh lahan subur perkembangan akademisnya di wilayah Anglo Saxon. Komunikasi politik adalah bidang kajian menelaah mata rantai atau relasi konseptual antara disiplin ilmu komunikasi dan ilmu politik atau jembatan metodologis antara disiplin ilmu komunikasi dan ilmu politik.

Ditelisik dari sisi historis, perkembangan studi komunikasi politik tidak bisa dilepaskan dari pengaruh pemikiran para filsuf besar, seperti Aristoteles dan Niccolo Machiavelli. Pemikiran kedua filsuf bisa dikatakan ikut memberi pengaruh signifikan pada gagasan beberapa ahli komunikasi dan politik awal abad ke-20.

Untuk kajian dimensi-dimensi etis komunikasi politik diruakan pada bab tiga. Disini dijelaskan bahwa manusia tidak dapat menghindar dari prinsip-prinsip etis, karena etika menjadi bagian terpenting dari perkembangan kehidupan manusia. Dalam konteks komunikasi politik, berlaku hukum aksi-reaksi dan kausalitas dari komunikasi itu sendiri. Etika komunikasi politik dengan demikian harus tercermin dalam komponen-komponen proses komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran, komunikan, efek, umpan balik dan noise (gangguan). Etika komunikasi politik akan tercermin dari niat atau tujuan tertentu yang diperankan oleh masing-masing pihak, terutama dari bagaimana politisi, jurnalis, dan aktivis berkomunikasi

Pada uraian kasus diuraikan pada bab empat yaitu tentang bentuk-bentuk aktivitas komunikasi politik, seperti pembicaraan politik, sifat-sifat pembicaraan politik yaitu berbentuk simbol terdapat pada bab ini. Di sini kita akan mengetahui seperti apa pesan dan pola yang mau disampaikan oleh aktor-aktor politik yang punya peranan besar dalam negara. Salah satu pola yang sering digunakan aktor politik yaitu propaganda.

*The Grolier International Dictionary* mengartikan propaganda sebagai penyebaran secara sistematis doktrin tertentu atau pernyataan yang direkayasa, yang merefleksikan suatu aliran pikiran, pandangan, atau kepentingan. Kata ini pertama kali dipergunakan Paus Gregorius XV di Italia pada tahun 1622 untuk menamai sebuah lembaga yang mengurus kegiatan misionaris Gereja Katholik Roma, *Congregatio de Propaganda Fide*, sebuah komite tetap kardinal yang bertanggung jawab atas aktivitas para misionaris Katholik. Mengacu pada latar sejarah propaganda di atas, istilah 'propaganda' bukan bersumber dari istilah

ilmu komunikasi atau ilmu politik, juga tidak berasal dari dunia 'politik praktis.' Secara historis, istilah propaganda bersumber dari lingkungan gereja Katholik. Kasus komunikasi politik lain yang dibahas ada kampanye politik, yang sekarang menjadi bahasan menarik dalam interaksi dan realitas perpolitikan di Indonesia.

Pada bab selanjutnya yaitu bab lima akan menguraikan tentang komunikasi politik dan proses demokrasi. Pada bagian ini pembaca akan menemukan konsep demokrasi dan proses perjalanan demokrasi, tipologi demokrasi dan pendekatan dalam demokrasi. Menurut Ling dan Shih (1998), setidaknya terdapat empat pendekatan dalam memahami demokrasi. Keempat pendekatan yang kemudian menjadi model-model demokrasi, pertama pendekatan institusionalis, kedua pendekatan internasionalis, ketiga pendekatan demokrasi gaya Asia, dan yang keempat pendekatan *illiberal democracy*.

Berdasarkan pendekatan ini, memang banyak lembaga politik Barat yang diambil alih dan dijadikan contoh oleh negara-negara Asia Tenggara. Namun konversi itu sebenarnya jauh dari sempurna. Partai politik misalnya, masih lebih suka menekankan aspek-aspek simbolis, religius, dan emosional daripada mencanangkan program. Massa pendukung partai mencintai partainya bukan karena partainya memiliki program yang rasional tetapi karena faktor keterikatan emosional dan keteduhan (comfort) bila bergabung bersama partainya.

Bab terakhir mengulas soal media, politik dan demokrasi. Salah satu kesamaan penting antara media dan politik adalah pada hubungannya dengan kepentingan orang banyak. Media dan politik adalah dua sarana yang membutuhkan dan dibutuhkan oleh masyarakat. Politik berurusan dengan wacana kekuasaan (dan ideologi), dan isu kekuasaan (dan ideologi) tentu saja menyangkut kehidupan rakyat. Di sisi lain, secara teoritis media massa juga memiliki kepentingan terhadap agenda publik serta pembentukan opini publik. Menurut McQuail, media memiliki kemampuan sebagai alat ideologi karena mampu menarik dan mengarahkan perhatian, membujuk pendapat dan anggapan, mempengaruhi sikap, memberikan status dan mendefinisikan legitimasi serta mendefinisikan realitas.

Media ini mulai berkembang pesat ketika mesin cetak telah ditemukan. Kemudian era radio dan era televisi yang lebih pesat lagi, dan sekarang, era digital, dimana internet memainkan peran penting dalam kehidupan kita. Membuat kita dengan cepat mengetahui melalui informasi yang disebarluaskan media massa terkait perkembangan politik yang berlangsung di berbagai negara.

Problem utama relasi media dan politik bukan hanya terletak pada bagaimana bertindak adil, tetapi juga bagaimana gemuruh aktivitas politik itu bisa selaras dengan empat fungsi, yakni memberikan informasi, memberikan pendidikan, memberikan hiburan, dan melakukan kontrol sosial. Dalam menghadapi dunia politik, media massa tak jarang menemui kesulitan-kesulitan tersendiri. Di satu sisi, media massa dituntut untuk melaksanakan fungsinya agar pembaca, pemirsa, atau pendengar kian memiliki sikap kritis, kemandirian, dan kedalaman berpikir.

Uraian diatas menunjukan, selain teori, juga terdapat kasus-kasus yang terkait dengan kajian komunikasi politik – hingga pembaca mudah memahaminya. Mudah-mudahan buku ini berguna untuk masyarakat, kalangan akademi dan mahasiswa.

**Dr. Edison Bonar Tua Hutapea, M. Si**

Penulis

# BAB SATU

## PENGERTIAN KOMUNIKASI

### A. HAKEKAT DAN MAKNA KOMUNIKASI

Komunikasi terjadi dalam berbagai peristiwa, konteks, dan bentuk. Komunikasi menjadi tanpa batas, tanpa sekat, dan semua orang bisa terlibat di dalamnya. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi memang sangat penting dalam kehidupan manusia dalam rangka menumbuh-kembangkan kepribadian manusia itu sendiri. Lalu, apakah komunikasi itu? Komunikasi merujuk pada terjadinya suatu aktivitas atau proses yang dilakukan oleh manusia dalam rangka memberikan respon terhadap perilaku ataupun perlambang yang dikonstruksi oleh manusia lainnya. Komunikasi yang dilakukan bertujuan agar terjadi pengertian bersama (*mutual understanding*). Definisi ini sesuai dengan etimologi atau asal-usul kata komunikasi itu sendiri, yaitu: *communis*, *communico*, *communicare* atau *communication* yang berarti ‘menciptakan makna bersama.’ (Wahid, 2016: 2).

Pada hakikatnya, komunikasi adalah sebuah ruang aktivitas, kegiatan atau proses yang begitu luas yang dilakukan oleh manusia (dalam kapasitasnya selaku makhluk individual, sosial, dan budaya) untuk menyampaikan isi pesan (melalui bahasa, tanda, lambang, atau simbol tertentu) kepada manusia lain untuk mencapai tujuan bersama. Sebagai makhluk individual, sosial, dan budaya manusia hidup dan akan senantiasa berelasi dan berinteraksi dalam dunia komunikasi. Setiap hari dan setiap saat manusia melakukan aktivitas komunikasi antarpribadi, berbicara dengan anggota keluarga, tetangga atau dengan rekan sejawat.

Pada saat kita berbicara dengan diri sendiri, atau pada saat kita meyakinkan diri dalam memutuskan sesuatu, manusia melakukan komunikasi intrapribadi. Pada sebuah organisasi, manusia memecahkan masalah atau mengembangkan ide-ide atau inovasi, saling berinteraksi dalam komunikasi kelompok atau organisasi. Jika berinteraksi dengan pihak lain yang memiliki latar belakang



budaya berbeda, maka manusia sudah melakukan komunikasi antarbudaya. Isi dari interaksi antarmanusia adalah komunikasi. Dua orang dikatakan melakukan interaksi apabila masing-masing melakukan aksi dan reaksi. Aksi dan reaksi yang dilakukan manusia baik perseorangan, kelompok, atau pun organisasi dalam ilmu komunikasi disebut tindakan komunikasi (Ubaidillah, 2016: 31).

Sepanjang waktu dan kehidupan, kita semua melakukan komunikasi, karena komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia dalam seluruh sendi dan dimensi kehidupannya. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain, baik dalam kehidupan sehari-hari (seperti di rumah tangga, di tempat kerja) maupun di lingkungan masyarakat (sosial maupun profesional). Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam aktivitas (proses) komunikasi. Sebab, komunikasi adalah sebuah aktivitas (proses) yang terkait erat dengan tingkah laku, perbuatan, tindakan atau kegiatan penyampaian atau transfer gagasan, tanda, simbol atau lambang yang mengandung arti tertentu (verbal maupun nonverbal); atau suatu pemindahan (transfer) atau penyampaian (transmisi) pesan/ informasi mengenai perasaan atau situasi psikis tertentu (Wijaya, 2008: 29).

Komunikasi manusia telah mendapat perhatian para intelektual sejak era Yunani Klasik. Salah satu analisis ilmiah tentang kondisi alamiah serta pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia telah disampaikan oleh John Locke dalam *An Essay Concerning Human Understanding* (1975). Dalam teorinya, Locke menggambarkan relasi antara perkataan makna (*words of meaning*) yang tersirat dan peranan bahasa sebagai asas pikiran masyarakat (*language as the principle of thought*). Menurut Locke dalam pikiran kita terdapat kaitan langsung dengan bahasa (Locke, 1975: 402):

“Tuhan bukan saja menciptakan manusia menjadi makhluk sosial yang mempunyai kecenderungan untuk bersahabat sesama manusia, tetapi manusia juga dilengkapi dengan bahasa. Bahasa menjadi alat penting dan pengikat umum masyarakat. Manusia secara alamiah dilengkapi dengan organ yang begitu sesuai untuk merangkai bunyi yang dikeluarkan, yaitu kata-kata. Namun bunyi ini saja tidak cukup untuk menghasilkan bahasa, burung *tiung* dan beberapa jenis burung lain juga mengeluarkan bunyi, tetapi belum bisa menghasilkan bahasa. Selain dari menghasilkan bunyi, adalah perlu bagi seseorang menggunakan bunyi ini sebagai isyarat gambaran dalam dan menjadikannya sebagai gambaran ide di dalam pikiran, yang mungkin diketahui oleh orang lain dan pandangan seseorang itu dapat disalurkan dari seorang kepada orang lain.”

Komunikasi bisa digunakan untuk menciptakan, memperbaiki, membebaskan atau mengungkung, memusnahkan, dan melenyapkan kehidupan manusia. Dari sisi normatif, komunikasi adalah proses mendefinisikan diri kita dan mengidentifikasi lingkungan kita. Komunikasi dapat membuat kita mengenal orang lain, dikenali orang lain, dan berkomunikasi dengan lingkungan. Komunikasi mendorong manusia untuk hidup secara kolektif, selaras, dan harmonis. Komunikasi memberdayakan kita dalam pengendalian diri dan menjalankan tanggung jawab. Komunikasi adalah sarana dan arena penting untuk mencapai tujuan-tujuan hidup manusia. Dengannya kita dapat menyampaikan informasi dari seseorang kepada yang lain dan dari satu generasi ke generasi lain. Inilah ciri yang membedakan kita dari makhluk lain di dunia (McAuley, 1992: 2).

Sementara bagi DeFleur (1988: 157), komunikasi manusia dan kesan tingkah lakunya telah dikaji dalam berbagai bidang. Hasil penelitian disiplin ilmu telah membantu kita menyimpulkan bahwa komunikasi manusia harus ditinjau berdasarkan lima perspektif: (1) komunikasi adalah proses semantik, yang bergantung kepada simbol dan aturan yang digunakan untuk dipilih oleh setiap komunitas bahasa; (2) komunikasi adalah proses *neurobiology* melalui makna-makna untuk sesuatu simbol tertentu direkam dalam fungsi ingatan individu, karena sistem syaraf (*neurotic*) memainkan peran penting merekam dan memulihkan pengalaman makna internal; (3) komunikasi adalah proses *psychology*, dimana makna kata dan simbol atas sesuatu diperoleh melalui pembelajaran, yang memainkan peran penting untuk memaknai kehidupan manusia di alam dunia; (4) komunikasi manusia adalah proses budaya (*procces of culture*), dimana bahasa adalah satu set konvensi budaya. Bahasa adalah proses akumulasi pembentuk sikap, tingkah laku, dan simbol yang kemudian dimaknai, ditafsiran, dan disetujui bersama dalam satu komunitas; (5) komunikasi adalah proses sosial (*social procces*), karena ia terkait dengan cara manusia berinteraksi secara lebih bermakna. Bagi DeFleur, tiga unsur penting dalam komunikasi adalah: komunikator (penutur), pesan serta penerima, dan tujuan komunikasi.

Abraham Maslow dalam *Hierarchy of Need* (1943) mengonfirmasi sekaligus mengafirmasi pentingnya aktivitas komunikasi dalam konteks kehidupan manusia. Menurut Maslow, ada lima hal yang menjadi kebutuhan dasar manusia: (1) fisiologis; (2) keamanan (rasa aman); (3) sosial; (4) penghargaan diri; dan (5) aktualisasi diri. Sejak manusia di lahirkan, ia tidak dapat hidup sendiri, dan

untuk mempertahankan hidupnya, maka manusia harus melakukan aktivitas komunikasi (dengan orang lain, lingkungan sosial atau dengan alam sekitarnya) untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan biologis/fisik (seperti sandang, pangan, papan maupun kebutuhan psikis (seperti ingin diperhatikan, ingin disayangi dan dicintai, mencari dan mencapai kebahagiaan, dan seterusnya) (Muazaroh dan Subaidi, 2019: 23-5).

Dalam konteks etimologis, komunikasi dalam makna harafiahnya berasal dari bahasa latin, *communicatus* atau dari bahasa Inggris *communication* yang berarti berbagi (*share*) atau menjadi milik bersama (*belong together*). Komunikasi diartikan sebagai proses di antara pihak yang melakukan komunikasi tersebut. sumber lain menyebut komunikasi berasal dari kata *communis*, yang juga memiliki makna 'berbagi' atau 'menjadi milik bersama,' yaitu suatu usaha dengan tujuan meraih kebersamaan atau kesamaan makna. Artinya, komunikasi adalah aktivitas fundamental yang paling mendasar dari kehidupan manusia, baik sebagai individu maupun anggota masyarakat. Komunikasi mengatur hampir seluruh bentuk hubungan manusia. Dapat dikatakan bahwa manusia dan komunikasi adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan (Prakosa, 2008).

Sementara, secara terminologis komunikasi merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia. Karena itu merujuk pada pengertian Ruben dan Steward (1998: 16) mengenai komunikasi manusia, yaitu: "*human communication is the process through which individuals—in relationships, group, organizations and societies—respond to and create messages to adapt to the environment and one another.* Bahwa komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain. Menurut Syahputra (2016: 9), secara tekstual-normatif, ilmu komunikasi sudah hadir, tumbuh, dan berkembang sejak tradisi Islam, Hanya saja karena perkembangan kajian komunikasi secara ilmiah dimulai dari Barat (Eropa dan Amerika Serikat), maka secara historis ilmu komunikasi lebih dikenal sebagai produk pemikiran dari tradisi intelektual dari peradaban Barat.

Komunikasi dimulai dari komunikator (*sender*) yang ingin mengatakan atau menyampaikan sesuatu kepada orang lain (komunikan/*receiver*). Kemudian komunikator (*sender*) memutuskan bagaimana dengan cara dan bentuk apa untuk menyampaikan atau mentransmisi pesan/informasi yang ingin

disampaikannya. Ketika aktivitas dan proses komunikasi (pesan/informasi) sampai ke penerima, membentuk kesan apa yang telah didengarnya dan menerjemahkannya menurut sikap dan pengalamannya. Namun, masalah utamanya—dalam aktivitas dan proses komunikasi—adalah bahwa makna pesan/informasi yang diterima oleh seseorang mungkin bukan apa yang dimaksudkan oleh pengirimnya. Pengirim dan penerima adalah dua entitas yang hidup dalam dunia yang berbeda. Beberapa hal dapat terjadi dan mengganggu pesan di antara mereka. Kebutuhan dan pengalaman seseorang tentu akan ikut mewarnai apa yang mereka lihat dan dengar. (Amstrong, 1994: 110-111; Tubbs dan Moss, 2005: 167).

Mengacu pada hakekat dan makna komunikasi seperti telah dipaparkan di atas, dapat dikatakan bahwa dalam seluruh konteks kehidupan manusia, komunikasi merupakan aktivitas dan proses yang pasti karena ia mencakup objek dan konteks yang sangat luas; sama halnya dengan cakupan dan konteks komunikasi sebagai sebuah disiplin ilmu. Sebab, saat ini komunikasi adalah sebuah bidang keilmuan yang multidisiplin, yang dapat ditarik dari dan ke dalam beragam macam dimensi. Dengan kata lain, bidang kajian ilmu komunikasi tak hanya menerima konsep, teori, metode, dan diskursus yang ditawarkan dari berbagai disiplin ilmu, namun lebih dari itu objek kajian ilmu komunikasi juga dapat merambah masuk ke semua bidang ilmu pengetahuan (Arifin, 2011: 1-15).

Sehingga saat kita mencoba mencari definisi atau konsep (baik yang bersifat umum maupun spesifik) dari komunikasi sebagai sebuah bidang kajian ilmiah, maka kita akan menemui banyak definisi komunikasi yang dipaparkan oleh para ahli dari berbagai bidang dan disiplin keilmuan yang ada, baik pengertian (konsep/makna) komunikasi, terutama pengertian atau konsep ilmu komunikasi dari perspektif ilmu sosial, seperti politik, sosiologi, filsafat, antropologi, bahasa/sastra, psikologi/psikiatri, kajian/studi budaya dan bidang ilmu lainnya; termasuk pengertian atau konsep komunikasi secara etimologi (baca: asal-usul kata) maupun secara terminologi (baca: peristilahan dan penggunaannya).

Hakikat komunikasi (*the essence of communication*) dalam konteks sosial adalah penyampaian pesan (*message*) satu orang/pihak kepada orang/pihak lainnya. Melalui pesan (*message*) sebuah proses komunikasi dimulai dan berlangsung. Tanpa pesan (*message*), tidak akan pernah ada proses komunikasi. Jadi, pesan adalah inti komunikasi dan hakikat komunikasi adalah penyampaian pesan. Dengan kata lain, hakikat komunikasi adalah proses pernyataan

antarm manusia. Apa yang dinyatakan? Yang dinyatakan itu adalah pikiran (*mind*) atau perasaan (*feel*) seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam 'bahasa komunikasi,' pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedangkan orang yang menerima pesan disebut komunikan (*communicate*) (komunikasipraktis.com, 2015).

Lebih jelasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Mendefinisikan komunikasi sebagai proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau merubah sikap dan pendapat baik secara langsung dan tidak langsung melalui media. Pemahaman pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Laswell dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society* (1960), yang menjelaskan teori komunikasi dengan menjawab pertanyaan: "who says what, in which channel, to whom, with what effect? (siapa mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa?)" ([www.open.edu/](http://www.open.edu/)).

Secara umum komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses penyampaian pesan dari sumber (*source*) ke penerima (*received*) melalui saluran (*channel*) melalui mekanisme atau proses *encoding* dan *decoding* dengan maksud untuk menyampaikan informasi atau memengaruhi pandangan pada si penerima pesan (*receiver*) dengan *effect* tertentu (bisa positif, bisa juga negatif).

Per definisi, kata atau frasa komunikasi berasal dari bahasa Latin: '*communicatio*' yang berarti 'pemberitahuan' atau 'pertukaran pikiran.' (Ruslan, 2002: 81). Secara etimologis, kata komunikasi sendiri berasal dari kata latin '*communis*' yang merupakan padanan kata bahasa Inggris '*common*' yang berarti 'sama.' Di mana, sama yang di maksud di sini adalah kesamaan dalam arti atau makna (Effendi, 1995: 19). Carl Hovland (1953: 181) mengatakan, bahwa: "*to modify the behavior of other individuals.*" Pernyataan Hovland ini bisa kita maknai bahwa komunikasi bukan saja sebagai alat atau sarana penyampai pesan-pesan (*messages*) atau informasi (*information*) agar orang lain mengerti dan faham, akan tetapi lebih dari itu: komunikasi juga adalah sarana penting yang mampu merubah orientasi berpikir, sikap, dan perilaku manusia.

Inti dari komunikasi sesungguhnya adalah proses penyampaian pesan (ide, gagasan, pemikiran) dari satu pihak ke pihak lain agar terjadi saling proses memengaruhi di antara kedua pihak (*the process of delivering messages [ideas,*

*ideas, thoughts or message] from one party to another so that there is mutual influence between the two parties*) (Sutikno, 2010: 9). Di sisi lain, komunikasi juga bisa dimaknai sebagai suatu hubungan yang melibatkan berbagai jenis saluran ketika informasi akan ditransfer oleh satu pihak (orang, benda atau media) kepada pihak lain (Soyopmukti, 2010: 11).

Sementara mengutip Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi dapat dimaknai sebagai kontak (*contact*), hubungan (*relation*), penyampaian (*message*) atau penerimaan (*receive*) pesan yang dilakukan oleh dua orang/pihak atau lebih yang memungkinkan pesan itu bisa diterima dan dipahami oleh orang atau para pihak yang melakukan tindakan komunikasi (Marhiyatmo, 1995: 264).

Minat dalam komunikasi terus tumbuh dan berkembang terutama sebagai dampak dari kemajuan perkembangan sains dan teknologi. Secara umum, sejarah perkembangan ilmu komunikasi dapat dibagi menjadi empat (4) periode, yakni: (1) periode tradisi retorika; (2) periode pertumbuhan; (3) periode konsolidasi; dan (4) periode teknologi komunikasi dari tahun 1960-an hingga sekarang. Sejak tahun 1960-an perkembangan ilmu komunikasi semakin kompleks dan mengarah pada spesialisasi. Menurut Rogers (1986) perkembangan studi komunikasi sebagai suatu disiplin telah memasuki periode tinggal landas sejak tahun 1950 (Saefudin, 2008: 384-89).

Sejak dekade 1920-an pertumbuhan teknologi komunikasi telah menarik perhatian para ahli ilmu sosial yang berusaha memisahkan komunikasi sebagai sebuah bidang kajian sendiri. Para psikolog, dalam konteks kajian perilaku dan pikiran manusia, telah mengembangkan konsep-konsep komunikasi yang digunakan untuk investigasinya, begitu pula dengan bentuk-bentuk terapinya. Para ilmuwan sosial mengidentifikasi berbagai bentuk komunikasi melalui mitos<sup>1</sup>, gaya hidup, dan lebih jauh lagi tradisi-tradisi yang dilalui dari satu

---

<sup>1</sup> Mitos (*myth*) adalah bagian dari *folklor* (cerita rakyat). Dari bentuk atau *genre folklor*, yang paling banyak diteliti para ahli *folklor* adalah ceritera prosa rakyat. Menurut William R. Bascom, cerita prosa rakyat dapat dibagi ke dalam tiga golongan besar, yaitu: (1) mite (*myth*), (2) legenda (*legend*) dan (3) dongeng (*folktale*). Mitos adalah cerita prosa rakyat yang dianggap benar-benar terjadi serta dianggap suci oleh yang empunya cerita. Mite ditokohi para dewa atau makhluk setengah dewa. Peristiwa terjadi di dunia lain, atau di dunia yang bukan seperti kita kenal sekarang, dan terjadi pada masa lampau. Legenda adalah prosa rakyat yang mempunyai ciri-ciri yang mirip dengan mite, yaitu dianggap pernah benar-benar terjadi, tetapi tidak dianggap suci—namun legenda ditokohi oleh manusia, meski kadangkala memiliki sifat-sifat luar biasa, dan sering juga dibantu makhluk-makhluk ajaib. Tempat terjadinya adalah di dunia seperti yang kita kenal sekarang, waktu terjadinya belum begitu lama. Dongeng pula adalah prosa rakyat yang tidak dianggap benar-benar terjadi oleh yang empunya ceritera, tidak terikat oleh waktu dan ruang. Parafrase pengertian tiga bentuk cerita rakyat ini. Lihat James Danandjaja (1984: 50-51).

generasi ke generasi. atau dari satu segmen masyarakat ke segmen masyarakat lainnya. Para ilmuwan politik dan ekonomi telah mengakui bahwa berbagai tipe komunikasi memberikan keteraturan dalam susunan sosial. Di bawah dorongan teknologi baru, khususnya teknologi *computerize*, para ahli matematika dan insinyur telah mencoba menentukan dan mengukur komponen-komponen dari informasi yang diomunikasikan dan mengembangkan metode-metode analisis untuk memindahkan berbagai tipe pesan ke dalam bentuk kuantitas atau jumlah, baik prosedur maupun instrumennya. Begitu pula sejumlah frase pertanyaan yang berbeda telah dikemukakan oleh para seniman, arsitek, tukang kayu dan besi, dan berbagai minat yang tampaknya dipengaruhi oleh berbagai tipe komunikasi (Takari, 2019: 3).

Memasuki dekade 1960-an, mahaguru berkebangsaan Kanada, Marshall McLuhan (*The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*, 1967), menjelaskan minatnya untuk megkaji lebih dalam asosiasi media dengan studi psikologi dan sosiologi modern; dimana media telah menjadi sarana utama pembentuk kebudayaan modern. Gagasan McLuhan tentang 'medium adalah pesan' (*medium is the message*) telah merangsang para pembuat film, fotografer, seniman dan lainnya untuk mengadopsi gagsan McLuhan, bahwa masyarakat kontemporer telah bergerak (atau sedang bergerak) dari sebuah *print culture* (kebudayaan yang dicetak) kepada *visual culture* (kebudayaan visual). Bentuk-bentuk kebudayaan kontemporer yang dipengaruhi gagasan MacLuhan dan para pengikutnya hingga saat ini selalu dihubungkan dengan perkembangan teknologi digital, seperti gambar bergerak (televisi, video, *audio recording*, dan sebagainya) (Saefudin, 2008: 383-384).

Di akhir abad ke-20 fokus dan perhatian utama dalam komunikasi, yang menurut gagasan McLuhan meliputi: (1) industri komunikasi massa, masyarakat yang melakukannya, dan akibat-akibat yang timbul bagi audiensnya, (2) komunikasi persuasif dan penggunaan teknologi untuk memengaruhi keberadaan manusia; (3) proses komunikasi interpersonal sebagai mediator informasi; (4) dinamika lisan dan bukan lisan (dan kemungkinan-kemungkinan ekstrasensori) dalam komunikasi antara individu; (5) persepsi berbagai jenis komunikasi; (6) penggunaan teknologi komunikasi untuk tujuan-tujuan sosial dan kesenian (artistik), termasuk pendidikan di dalam dan luar sekolah, dan (7) perkembangan kritik yang relevan untuk bakat artistik dalam teknologi komunikasi modern. Jadi bisa disimpulkan bahwa sebuah kemahiran dalam mengkaji komunikasi bisa berorientasi kepada sejumlah disiplin ilmu. Disiplin

ini bekerja pada ragam tahapan, baik pada tahapan studi empirik/*field* (untuk pengembangan atau konstruksi teori baru) maupun tahapan studi teori (mempertajam dan memperluas analisis), dan tahapan masa depan menuju ke arah ilmu komunikasi yang bersifat multidisiplin dan interdisiplin (Encyclopedia Brittanica, 2007).

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa hakekat dan makna komunikasi adalah proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang dilakukan oleh manusia (sebagai individu, makhluk sosial, dan aktor pembentuk budaya) yang berlangsung di dalam diri seseorang dan/atau di antara dua orang atau lebih dengan maksud, tujuan atau target tertentu. Hakekat dan makna komunikasi tersebut memberi beberapa pengertian pokok kepada kita, bahwa komunikasi adalah proses yang cukup rumit dan kompleks, karena ia menyangkut pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan dari satu pihak kepada pihak lainnya. Perjalanan ilmu komunikasi sebagai sebuah disiplin ilmiah juga telah melewati berbagai tantangan dan etape panjang hingga sampai pada eksistensi ilmu komunikasi yang kita kenal saat ini.

## **B. DEFINISI**

Karena posisinya yang begitu vital dalam kehidupan manusia, para cendekiawan dari berbagai latar belakang disiplin ilmu lainnya kemudian merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang isu-isu yang begitu luas dalam kajian komunikasi. Sebagian besar para ahli yang meneliti isu-isu dan beragam dimensi dalam kajian komunikasi tidak hanya yang berlatar belakang disiplin ilmu komunikasi, namun juga mencakup para sarjana dari berbagai disiplin ilmu, seperti para sarjana ilmu politik, sosiologi, psikologi, antropologi, bahasa/sastra, budaya, dan filsafat. Dari berbagai penelitian (baik yang bersifat empirik maupun yang bersifat koseptual-teoritis) yang dikaji oleh para sarjana tersebut, lahirlah berbagai macam pengertian (makna, konsep, dan definisi) komunikasi—baik sebagai sebuah disiplin ilmiah maupun sebagai fenomena sosial—seperti yang kita kenal saat ini.

Carl Hovland et. al. dalam *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change* (1953) dan Louis Forsdale dalam *Perspective on Communication* (1981) misalnya, menyebut komunikasi sebagai proses atau mekanisme pemberian *signal* menurut aturan tertentu; dan dengan cara ini suatu sistem komunikasi dapat didirikan, dipelihara, dan diubah. Kedua pakar



tersebut juga memandang 'komunikasi sebagai suatu proses' (*communication as a process*). Ruben dan Stewart dalam *Communication and Human Behavior* (2006) juga mendefinisikan bahwa komunikasi adalah suatu proses, yakni aktivitas yang memiliki tahapan-tahapan yang terpisah satu dengan yang lainnya namun tetap saling berhubungan (Muhammad, 2002: 3).

Istilah informasi yang dipakai Ruben dan Stewart dimaknai sebagai kumpulan data, pesan, dan susunan isyarat dalam cara tertentu yang mempunyai arti atau berguna bagi sistem tertentu. Pengertian informasi disini tidaklah hanya terfokus atau mengarah pada sesuatu yang bersifat fakta atau realita saja, akan tetapi dapat juga mengarah kepada hal-hal yang bersifat fiksi, humor, bujukan atau tindakan sejenis (Hovland dkk, 1953).

Penggunaan istilah informasi yang dimaksud Ruben dan Stewart menunjukkan pentingnya peranan informasi untuk memengaruhi tingkah laku manusia (baik secara individual, kelompok, maupun sosial). Jelas, tujuan komunikasi yang dimaksudkan Ruben dan Stewart adalah untuk merubah sikap atau perilaku orang lain. Sementara Forsdale, Hovland dkk, serta Ruben dan Stewart menggunakan istilah 'stimulus' dan 'signal' untuk menyatakan sesuatu yang dikirim atau informasi sebagai proses atau mekanisme penting dalam komunikasi. Artinya, para pakar tersebut mendefinisikan pengertian komunikasi dalam makna dan konteks yang sama (Muhammad, 2002: 3-4).

Dari beberapa pemaparan sebagaimana telah dikompilasi dari pendapat para ahli di atas dalam mendefinisikan komunikasi, maka secara sederhana dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan, baik pesan dalam bentuk verbal maupun nonverbal antara si pengirim dengan si penerima pesan yang dilakukan salah satunya adalah dengan tujuan untuk merubah tingkah laku. Di mana si pengirim pesan dapat berupa seorang individu, kelompok atau organisasi begitu juga dengan si penerima pesannya.

Sedang proses komunikasi yang dilakukan manusia bisa bersifat langsung melalui tatap muka (*face to face*) atau dapat juga dilakukan secara tidak langsung melalui media (*intermediary communication*) yang berlangsung tanpa dibatasi ruang dan waktu. Perubahan tingkah laku yang dimaksud adalah bentuk perubahan yang terjadi di dalam diri individu yang terkait dengan aspek kognitif, afektif, psikomotorik atau aspek lainnya.

Jadi secara garis besar dalam suatu proses komunikasi yang dilakukan seorang komunikator dengan komunikannya, unsur kesamaan makna

adalah konteks yang harus mendasari proses, agar dalam proses komunikasi terjadi suatu pertukaran pikiran atau terciptanya kesamaan pengertian antara komunikator sebagai penyebar/pengirim pesan (*sender*) dengan komunikan sebagai penerima pesan (*receiver*), yang di dalamnya memiliki tujuan tertentu sesuai dengan apa yang diinginkan komunikator (pengirim pesan) kepada komunikannya (penerima pesan) sebagai efek dari komunikasi, yaitu adanya perubahan orientasi, sikap atau perilaku dari si penerima pesan.

Berikut beberapa definisi yang cukup luas dan kompleks terkait komunikasi yang dikemukakan para ahli (Rakhmat, 2001: 3-10; Mulyana, 2008: 69-79; Erlina, 2019: 1-3):

- Harold Laswell (*Politics: Who Gets What, When, How*, 1936): "komunikasi merupakan sebuah bentuk dari pesan yang dimana akan diberikan kepada penerima dari seorang sumber dengan berbagai macam bentuk dari saluran tertentu yang dimana kemudian diberikan dengan sebuah cara (langsung atau tidak langsung) dengan tujuan untuk menciptakan efek kepada penerima seperti hal yang ingin diberikan oleh pemberi."
- Claude E. Shannon dan Warren Weaver (*The Mathematical Theory of Communication*, 1949): "komunikasi adalah proses yang melukiskan suatu sumber yang menyandi atau menciptakan pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran kepada seorang penerima."
- Carl I. Hovland, Irving Lester Janis, dan Harold A. Kelly (*Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*, 1953): "komunikasi adalah proses dimana seorang individu (komunikator) mengirimkan rangsangan (biasanya verbal) untuk mengubah perilaku individu lain (penonton)—*communication is the process by which an individual (the communicator) transmit stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)*."
- Theodore Newcomb dalam *An Approach to the Study of Communicative Acts* (1953): "komunikasi adalah sebuah proses transmisi informasi yang terdiri dari rangsangan diskriminatif dari sumber kepada penerima."
- William Albright (*Public Opinion*, 1957): "komunikasi sebagai *the process of transmitting meaningful symbols between individuals* (proses pemindahan simbol yang bermakna di antara individu-individu)."
- Wilbur Schramm (*Responsibility in Mass Communication*, 1957): "komunikasi adalah aktivitas berbagi orientasi terhadap seperangkat tanda informasi—"

*communication is activity that sharing of an orientation toward a set of information signs"*

- Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (*Human Communication*, 1958): "komunikasi adalah peristiwa saling memperahui antara komunikator dan komunikan dalam hal memberikan dan menerima pesan secara simultan— *communication is an event of mutual understanding between communicators and communicants in terms of giving and receiving messages simultaneously.*"
- David Berlo (*Communication Process*, 1960): "komunikasi sebagai suasana yang penuh keberhasilan jika penerima pesan memiliki makna yang sama dengan apa yang dimaksudkan oleh sumber atau komunikator."
- Everett M. Rogers (*Diffusion of Inovation*, 1962): "komunikasi adalah proses suatu ide dialihkan dari satu sumber kepada satu atau banyak penerima dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka."
- Bernard Barelson dan Garry A. Steiner (*Human Behaviour An Inventory of Scientifie Finding*, 1964): "komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, grafis, angka, dan sebagainya."
- Robert Victor Harnack dan Theorrel B. Fest (*Group Discussion: Theory and Technique*, 1964): "komunikasi adalah suatu proses interaksi di antara orang-orang untuk tujuan integrasi intrapersonal dan interpersonal."
- Colin Chery (*On Human Communication*, 1967): "Komunikasi adalah proses dimana pihak-pihak saling menggunakan informasi dengan untuk mencapai tujuan bersama dan komunikasi merupakan kaitan hubungan yang ditimbulkan oleh penerus rangsangan dan pembangkitan balasannya."
- Frank Dance (*The Concept of Communication*, 1970): "komunikasi adalah usaha menimbulkan respons melalui lambang-lambang verbal. Dance mengklasifikasi komunikasi pada tiga dimensi, yakni dimensi level observasi (*level of observation*), dimensi kesengajaan (*level of intentionality*) dan dimensi penilaian normatif (*level of normative judgement*)."
- Raymond S. Ross (*Communication and Interpersonal Relation*, 1974): "*communication is a transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source.*" Raymond beranggapan bahwa komunikasi sebuah proses transaksi yang mencakup kegiatan menyeleksi, memilih, dan mendistribusikan makna. Makna-makna tersebut bisa berasal dari pengalaman pribadi, ataupun sumber lain.

- Max Siporin (*Introduction to Social Work Practice*, 1975): “komunikasi adalah proses pertukaran informasi antara dua orang atau lebih . . . dalam proses itu terjadi kegiatan-kegiatan memberi/mengirim, menerima, dan menanggapi pesan-pesan diantara orang-orang yang berinteraksi.”
- Lawrence Kincaid dan Wilbur Schramm (*Azas-azas Komunikasi Antar Manusia*, 1977): “komunikasi adalah proses saling berbagi atau menggunakan informasi secara bersama dan bertalian antara para peserta dalam proses informasi.”
- Louis Forsdale (*Perspectives on Communication*, 1981): “komunikasi adalah suatu proses dimana suatu sistem dibentuk, dipelihara, dan diubah dengan tujuan bahwa sinyal-sinyal yang dikirimkan dan diterima dilakukan sesuai dengan aturan.”
- Onong Uchjana Effendy (*Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, 1995): “komunikasi memiliki tujuan untuk mengubah sikap (*to change the attitude*), mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*), mengubah perilaku (*to change the behavior*), dan mengubah masyarakat (*to change the society*). Efek yang ditimbulkan bisa berupa perubahan kognitif (dampak yang memengaruhi aspek intelektual, berupa opini, pendapat, ide, dan juga pandangan komunikan), efek afektif (dampak yang memengaruhi perasaan dan kecenderungan perilaku/sikap pada komunikan), dan efek behavioral (dampak yang merujuk pada perubahan perilaku komunikan).”
- Joseph A. Devito (*Komunikasi Antar Manusia*, 1997): “komunikasi adalah sebuah tindakan oleh satu orang atau lebih yang mengirimkan dan menerima pesan dengan situasi tertentu. Lalu menghasilkan dampak dan kesempatan untuk menerima pesan. Tindakan komunikasi mencakup beberapa komponen yaitu, situasi, pengirim, penerima, media, hambatan, penerimaan, pemahaman, respon, dan efek.”
- Michele Tolela Myers and Gail E. Myers (*Managing by Communication: An Organizational Approach*, 1982) “komunikasi sebagai titik pusat kekuatan yang menyatukan di antara yang berbeda sehingga terjadi koordinasi antara orang-orang dan karenanya mereka akan bergerak pada suatu tindakan yang terorganisir.”
- Edwin Neuman (dalam Rakhmat, 2001: 8): “komunikasi adalah proses untuk mengubah kelompok manusia menjadi kelompok yang berfungsi (secara efektif dalam fungsinya sebagai makhluk sosial).”
- Raymond Ross (dalam Mulyana, 2008: 69): “Komunikasi adalah proses

menyortir, memilih, dan pengiriman simbol-simbol sedemikian rupa agar membantu penerima pesan membangkitkan respons/makna dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator.”

- Diana K. Ivy dan Phil Backlund (dalam Mulyana, 2008: 76): “komunikasi adalah proses yang berlangsung dinamis, yaitu menerima dan mengirim pesan dengan tujuan berbagi makna.”
- Gerald R. Miller (*Communication and Negotiation*, 1992): “komunikasi terjadi saat satu sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan niat sadar untuk memengaruhi perilaku mereka.”
- Ruben Brent D. dan Lea P Stewart (*Komunikasi dan Perilaku Manusia*, 2013): “komunikasi adalah suatu proses ketika seseorang atau beberapa orang (seperti kelompok, organisasi, asosiasi atau masyarakat) menciptakan dan menggunakan informasi sebagai sarana komunikasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain.”
- Wiki (2020): “komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan *gesture* (bahasa) tubuh, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal.”

### C. PROSES

Proses komunikasi secara harafiah dapat dimaknai sebagai cara bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya (melalui penggunaan saluran/*chaneel* yang efektif). Tujuannya adalah menciptakan persamaan makna antara komunikan (*sender*) dengan komunikator (*receiver*)-nya. Proses komunikasi bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Proses komunikasi, banyak melalui perkembangan. Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antarmanusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi.

Dalam konteks tahapan, proses komunikasi setidaknya mengandung konsep berikut:

1. *Penginterpretasian*. Hal yang diinterpretasikan adalah motif komunikasi yang berlangsung dalam diri komunikator selaku penyampai sekaligus penyandi pesan. Artinya, proses komunikasi tahap pertama bermula

sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang ia pikirkan dan rasakan ke dalam pesan (yang masih bersifat abstrak). Proses penerjemahan motif komunikasi ke dalam pesan disebut *interpreting*.

2. *Penyandian*, pada tahap ini masih ada dalam komunikator dari pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan oleh akal budi manusia ke dalam lambang komunikasi. Tahap ini disebut *encoding*, akal budi manusia berfungsi sebagai *encoder*, alat penyandi: mengubah pesan abstrak menjadi konkret.
3. *Pengiriman*, proses ini terjadi ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, mengirim lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang disebut *transmitter*, alat pengirim pesan.
4. *Perjalanan*, pada tahapan ini terjadi antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim hingga pesan diterima oleh komunikan. *Penerimaan*, pada tahapan ini ditandai dengan diterimanya lambang komunikasi melalui peralatan jasmaniah komunikan.

Sebagai sebuah proses, yang secara umum mengacu pada pandangan atau paradigma komunikasi Laswell dan Schramm, proses komunikasi dapat dibedakan dalam dua tahap, yakni proses 'komunikasi secara linear' dan proses 'komunikasi secara sekunder' (Effendy, 1995: 11-19):

(a) Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal. Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama komunikator (selaku *sender*) menyandi (*encode*) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan (selaku *receiver*). Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran atau perasaannya ke dalam lambing (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian, komunikan menterjemahkan (*decode*) pesan dari komunikator. Ini berarti komunikan menafsirkan lambang yang mengandung perasaan dan pikiran komunikator.

Menurut Wilbur Schramm (dalam Effendy, 1995), proses komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok

dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni perpaduan pengalaman dan pengertian yang diperoleh komunikan. Kemudian Schramm juga menambahkan, bahwa komunikasi akan berjalan lancar apabila bidang pengalaman komunikator sebangun dengan dengan bidang pengalaman komunikan. Sebagai contoh: si A adalah seorang mahasiswa ingin berdiskusi tentang perkembangan valuta asing (valas) dalam kaitannya dengan pertumbuhan ekonomi. Bagi si A tentunya akan sangat mudah apabila diskusi mengenai hal itu dilakukan dengan si B yang juga sama-sama mahasiswa. Berbeda jika si A mendiskusikan hal itu kepada pemuda desa tamatan SD, maka si A tentu akan mengalami kesulitan, dan proses komunikasi dipastikan tidak akan berjalan secara efektif.

(b) Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator (*sender*) kepada komunikan (*receiver*) dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media ke dalam dua bentuk atau model komunikasi karena komunikan sebagai sarana berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, fax, radio, majalah, koran, dan lain-lain merupakan media yang sering digunakan dalam komunikasi.

Dalam hal proses, komunikasi juga didefinisikan sebagai proses 'tindakan satu arah,' proses 'interaksi' dan proses 'transaksi' (Mulyana, 2008). Sebagai tindakan satu arah, pemahaman dalam konteks ini sebenarnya kurang sesuai bila diterapkan di komunikasi tatap muka, namun tidak terlalu keliru, jika diterapkan pada komunikasi publik yang melibatkan tanya jawab. Pemahaman komunikasi dalam konsep ini sebagai definisi berorientasi sumber. Dalam konteks ini, komunikasi juga dianggap sebagai suatu tindakan yang disengaja (*an intentional act*) untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuk orang lain melakukan sesuatu.

Definisi komunikasi sebagai tindakan satu arah misalnya, dapat kita lihat dari konsep Everet M. Rogers (1962): "Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku"; Theodore M. Newcomb (1953): "Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi

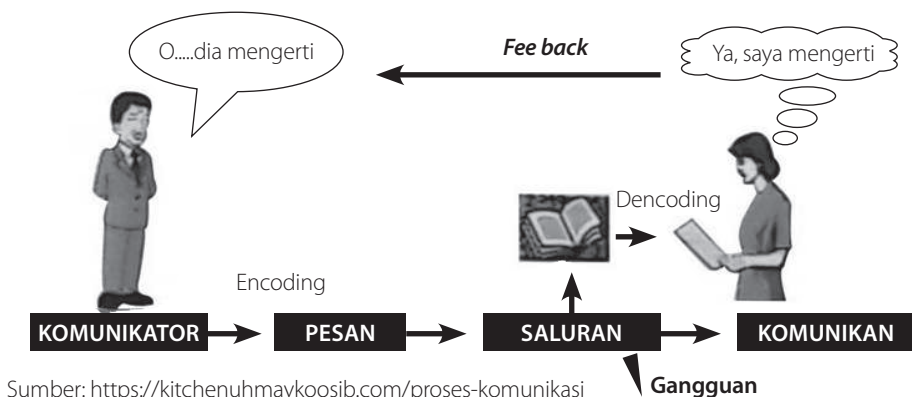
terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima”; atau pandangan Gerald R. Miller (1992): “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima pesan dengan niat disadari untuk memengaruhi perilaku penerima.”

Sebagai proses interaksi, komunikasi merupakan suatu proses sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau nonverbal, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respon atau umpan balik (*feedback*) dari orang kedua, dan begitulah seterusnya.

Contoh definisi dari proses komunikasi model interaksi ini bersumber dari gagasan Claude E. Shannon dan Warren Weaver (*The Mathematical Theory of Communication*, 1964), yang menyebutkan bahwa “komunikasi adalah bentuk (dari proses) interaksi manusia yang saling memengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi” (Wiryanto, 2004; Al-Fedhagi, 2012: 12-13).

Berikutnya, sebagai proses transaksi, komunikasi menurut pandangan ini adalah proses dinamis yang berlangsung secara berkesinambungan mengubah cara berpikir, sikap, dan perilaku pihak-pihak yang berkomunikasi. Berdasarkan pandangan ini, maka orang-orang yang berkomunikasi dianggap sebagai komunikator yang secara aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Setiap mereka bertukar pesan verbal atau nonverbal.

**GAMBAR 1 Proses Komunikasi**



Sumber: <https://kitchenuhmaykoosib.com/proses-komunikasi>



Beberapa definisi yang relevan dengan konsep transaksi, antara lain dari Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam *Human Communication* (1958) yang menyebut komunikasi sebagai “proses pembentukan makna antara dua orang atau lebih”; pandangan Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson dalam *Human Communication* (2003) juga memahami komunikasi sebagai “proses memahami dan berbagi makna”. Pun pandangan William I. Gorden (*Communication: Personal and Public*, 1978) yang mengatakan komunikasi sebagai “transaksi dinamis yang memahami komunikasi sebagai proses melibatkan gagasan dan perasaan, dalam rangka membentuk sikap diri seseorang, baik berdasarkan komunikasi yang bersifat ekspresif, ritual, dan instrumental.”

(c) Efektivitas Komunikasi

Menurut Mc. Crosky, Larson, dan Knapp (1971), komunikasi yang efektif dapat dicapai dengan mengusahakan ketepatan (*accuracy*) yang paling tinggi derajatnya antara komunikator dan komunikan dalam sebuah proses komunikasi. Komunikasi yang efektif hanya dapat terjadi jika komunikator dan komunikan memiliki persamaan dalam pengertian, sikap dan bahasa. Sebuah komunikasi dikatakan efektif apabila:

1. Pesan dapat diterima dan dimengerti serta dipahami sebagaimana yang dimaksud oleh pengirimnya.
2. Pesan yang disampaikan oleh pengirim dapat disetujui oleh penerima dan ditindaklanjuti dengan perbuatan yang diminati oleh pengirim.
2. Tidak ada hambatan/gangguan (*noise*) yang berarti untuk melakukan apa yang seharusnya dilakukan untuk menindaklanjuti pesan yang dikirim.

Menurut Joseph A. Devito (dalam Fajar, 2009: 84-86), komunikasi yang efektif dapat dicapai dengan mempertimbangkan aspek ‘humanis’ dan aspek ‘pragmatis.’ Aspek humanis meliputi: (a) keterbukaan; (b) perilaku suportif; (c) sikap empati; dan (d) kesamaan visi dan persepsi. Sementara aspek pragmatis meliputi: (a) bersikap penuh keyakinan; (b) kebersamaan; (c) manajemen interaksi; (d) perilaku ekspresif; (e) *proximity/familiarity* (kedekatan); dan (f) orientasi pada orang lain.

Sementara bagi Stephen R. Covey (1989), untuk membangun komunikasi yang efektif diperlukan lima dasar penting, yaitu: (a) usaha/

upaya yang sungguh-sungguh untuk benar-benar mengerti orang lain; (b) kemampuan untuk memenuhi komitmen; (c) kemampuan untuk menjelaskan harapan; (d) kemampuan untuk meminta maaf secara tulus jika melakukan kesalahan; dan (e) kemampuan memperlihatkan integritas diri.

Komunikasi yang efektif terjadi apabila ada aliran informasi dari dua arah antara komunikator dengan komunikan dan informasi tersebut sama-sama direspon dengan harapan kedua pelaku komunikasi tersebut memahaminya. Terdapat lima aspek yang dalam membangun komunikasi yang efektif, yaitu (Lestari dan Maliki, 2003):

1. Kejelasan (komunikasi harus menggunakan bahasa dan mengemas informasi secara jelas sehingga mudah diterima dan dipahami).
2. Ketepatan/akurasi (menyangkut penggunaan bahasa yang benar dan kebenaran informasi yang disampaikan).
3. Konteks/situasi (terkait dengan bahasa dan informasi yang disampaikan harus sesuai dengan keadaan dan lingkungan dimana komunikasi itu terjadi).
4. Alur (bahasa dan informasi yang akan disajikan harus disusun dengan alur atau sistematika yang jelas, sehingga pihak yang menerima informasi cepat tanggap).
5. Budaya (komunikasi tak hanya terkait dengan bahasa, tetapi juga perlu memperhatikan tatakrama dan etika. Artinya, dalam berkomunikasi kita harus beradaptasi dengan budaya komunikan—baik dalam penggunaan bahasa verbal maupun nonverbal—agar tidak menimbulkan kesalahan persepsi).

Berkomunikasi efektif berarti antara komunikator dan komunikan memiliki pengertian yang sama tentang suatu pesan (*the communication is in tune*). Menurut Pratikno (1987), agar komunikasi dapat berjalan efektif, setidaknya harus ada empat syarat berikut: (a) menciptakan suasana komunikasi yang menguntungkan; (b) menggunakan bahasa yang mudah dimengerti; (c) pesan yang disampaikan dapat menggugah perhatian, minat, dan memberi keuntungan bagi komunikan; (d) pesan dapat menumbuhkan suatu penghargaan bagi pihak komunikan.

Sementara menurut Dale Carnegie dalam *How to Win Friends and Influence People* (2019) bentuk komunikasi yang paling efektif adalah: (a)

*emphaty* (menempatkan diri pada situasi orang lain); (b) *audible* (dapat didengar); (c) *humble* (rendah hati); (d) *clarity* (kejelasan pesan); dan (e) *trust* (hadirnya rasa saling percaya).

#### **D. FUNGSI**

Karena lingkup kajian komunikasi yang begitu luas dan kompleks, yang mencakup hampir semua aspek kehidupan manusia, baik dalam konteks komunikasi sebagai sebuah gejala/fenomena sosial maupun komunikasi sebagai sebuah bidang kajian ilmiah, maka bersamaan dengan cakupannya itu fungsi komunikasi juga bersifat luas dan kompleks. William I. Gordon dalam *Communication: Personal and Public* (1978) misalnya, menyebut empat fungsi komunikasi berikut (Mulyana, 2008: 5-38):

1. *Komunikasi Sosial*. Dalam menjalani kehidupan dirinya, manusia butuh bersosialisasi dan dalam melakukan aktivitas sosialisasi tersebut manusia perlu berkomunikasi. Dengan komunikasi manusia dapat memupuk hubungan baik dengan sesamanya, berbagai pengalaman/pengetahuan, dengan menunjukkan aktualisasi dirinya.
2. *Komunikasi Ekspresif*. Komunikasi tidak hanya sekedar hal-hal lisan ataupun tertulis namun juga ekspresif, seperti tindakan emosional mengepalkan tangan, tersenyum, menepuk bahu, menganggukan kepala, dan jenis komunikasi nonverbal lainnya.
3. *Komunikasi Ritual*. Komunikasi tidak semata untuk berhubungan antar manusia namun dapat dilakukan pula dengan hubungan komunikasi dengan Tuhan ataupun kebiasaan-kebiasaan yang sering dilakukan di tengah masyarakat, seperti perayaan saat salah seorang anak desa tersebut pulang ke kampung halaman setelah merantau dan bekerja keras di kota. Atau ritual kelahiran bayi sebagai budaya yang terus menerus dilakukan oleh sebagian besar masyarakat suku di Indonesia sebagai ucapan terimakasih kepada Sang Pencipta.
4. *Komunikasi Instrumental*. Pada komunikasi instrumental tujuan yang ingin dicapai ialah menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, merubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Intinya pada komunikasi ini tujuannya adalah membujuk supaya melakukan hal yang sesuai dengan kita inginkan.

Fungsi komunikasi lainnya datang dari Harold D. Laswell. Menurut Laswell, fungsi komunikasi antara lain adalah untuk (Effendy, 1995):

1. *The Surveillance of the Environment*. Fungsi ini bisa berupa pengamatan atau pemantauan terhadap lingkungan, yakni dengan adanya persebaran komunikasi (informasi dan pesan) pada setiap anggota masyarakat di lingkungan masyarakatnya, menjadikan pemantauan dan pengawasan terhadap lingkungan atas segala sesuatu yg terjadi seperti peringatan bencana, berita ekonomi dan sosial, serta pengumuman-pengumuman penting lainnya dapat dengan mudah dan cepat tersampaikan di telinga masyarakat.
2. *Correlation of the Components of Society in Making a Response to the Environment*. Fungsi ini bisa berupa adanya penjalinan hubungan di antara komponen-komponen masyarakat di dalam merespon atau melakukan sesuatu terhadap lingkungan secara bersama-sama.
3. *Transmission of the Social Inheritance*. Fungsi ini bisa berupa adanya pengalihan atau pewarisan nilai-nilai sosial (seperti pendidikan, agama, dan budaya) di lingkungan masyarakat dari satu generasi kepada generasi berikutnya.

Pada sisi lain, William Loren Anderson membagi fungsi komunikasi ke dalam empat empat kategori, yakni (Deddy Mulyana, 2005: 5-30):

1. Sebagai *Komunikasi Sosial*. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tegangan dan tekanan, antara lain lain melalu fungsi komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.
2. Sebagai *Pembentukan Konsep Diri*. Konsep diri adalah pandangan mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan oleh orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun bagaimana kita merasakan siapa kita. George Herbert Mead mengistilahkan *significant others* (orang lain yang sangat penting) untuk orang-orang di sekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. Richard Dewey dan W.J Humber (*Introduction to Social Psychology* 1969) memberi istilah *affective others* untuk orang lain yang dengannya kita membangun ikatan

emosional. Dari merekalah perlahan-lahan kita membentuk konsep diri kita. Selain itu, terdapat juga yang disebut *reference group*, yaitu kelompok yang secara emosioanal mengikat kita, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Dengan ini, orang akan mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan diri dengan ciri-ciri kelompok atau komunitas sosial (Rakhmat, 1994).

3. Sebagai *Pernyataan Eksistensi Diri*. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas pada seorang penanya pada sebuah seminar, kendati sudah diperingati oleh moderator untuk brbicara singkat dan langsung ke pokok atau inti masalah, namun penanya atau komentator itu kerap berbicara panjang kebar dengan argumen-argumen yang tidak relevan
4. Sebagai *Sarana Kelangsungan Hidup*, memupuk hubungan, dan meraih kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohaniah, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hany bisa dipenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Komunikasi sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, untuk membujuk, dan memengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah untuk dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan.

Bagi Jay Black dan Frederick C. Whitney dalam *Introduction to Mass Communication* (1988), fungsi komunikasi antara lain (Nurudin, 2015):

1. *To Inform* (menginformasikan)
2. *To Entertain* (memberi hiburan)
3. *To Persuade* (membujuk)
4. *Transmission of the Culture* (transmisi budaya)

Sementara fungsi komunikasi massa menurut John Vivian (*The Media of Mass Communication*, 1991), yaitu (Nurudin, 2015):

1. *Providing Information* (penyediaan informasi)
2. *Providing Entertainment* (penyediaan hiburan)
3. *Helping to Persuade* (membantu membujuk)
4. *Contributing to Social Cohesion* (mendorong kohesi sosial)

Berikutnya, menurut Alexis S. Tan (*Mass Communication Theories and Research*, 1981), fungsi komunikasi bisa beroperasi dalam empat hal berikut (Nurudin, 2015):

1. *To Inform* (memberi informasi). Fungsi ini penting untuk mempelajari ancaman dan peluang, memahami lingkungan, menguji kenyataan, meraih/mengambil keputusan.
2. *To Educate* (mendidik). Fungsi ini ditujukan dalam rangka memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna memungsikan dirinya secara efektif dalam masyarakatnya, mempelajari nilai, norma, adat-istiadat atau tingkah laku yang cocok agar diterima di dalam lingkungan sosial-masyarakatnya.
3. *To Persuade* (membujuk). Fungsi ini sangat penting dalam upaya seperti memberi penilaian (*judgement*) atau keputusan (*policy*), mengadopsi nilai (*value adoption*), tingkah laku (*behavior*), dan aturan yang cocok agar diterima dalam masyarakatnya.
4. *To Entertain/to Make Happy* (menghibur, menyenangkan, atau memuaskan kebutuhan komunikasi). Fungsi ini lebih mengarah pada hal-hal yang bersifat relaksasi, seperti kegiatan yang menyenangkan/mengembirakan, mengendorkan urat saraf, menghibur, dan mengalihkan perhatian dari berbagai masalah/persoalan pelik yang dihadapi.

Sementara fungsi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy (1995) terdiri dari empat aspek utama, meliputi:

1. *To Inform* (menginformasikan). Fungsi ini terkait dengan pemberian informasi kepada orang lain tentang suatu peristiwa, masalah, pendapat, pikiran, segala tingkah laku orang lain dan apa yang disampaikan orang lain.
2. *To Educate* (mendidik). Fungsi ini terkait dengan komunikasi sebagai sarana pendidikan, karena melalui komunikasi, manusia dalam suatu lingkungan masyarakat dapat menyampaikan segala bentuk pengetahuan, ide, gagasan kepada orang lain sehingga orang lain dapat menerima segala bentuk informasi yang kita berikan.
3. *To Entertain* (menghibur). Komunikasi juga berfungsi untuk menghibur orang lain dan menyenangkan hati orang lain.
4. *To Influence* (memengaruhi). Selain sebagai sarana untuk menyampaikan pendidikan, informasi dan sebagai sarana dalam menghibur orang lain, komunikasi juga berfungsi untuk memberikan pengaruh kepada orang

lain. Saling memengaruhi segala bentuk sikap dan perilaku orang lain agar mengikuti apa yang diharapkan.

Dalam konteks komunikasi massa, Lazarsfeld dan Merton dalam artikel mereka *Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action* (2007) menunjukkan fungsi komunikasi dalam enam area berikut:

1. *Social Legitimation* (fungsi mengukuhkan status publik)
2. *Strangthening Social Norms* (fungsi memperkuat norma-norma sosial)
3. *Environmental Monitoring* (fungsi pengawasan lingkungan)
4. *Correlation* (fungsi korelasi)
5. *Socialization* (fungsi sosialisasi)
6. *Entertainment* (fungsi hiburan)

Charles R. Wright dalam *Sosiologi Komunikasi Massa* (terjemahan Jalaludin Rakhmat, 1988) menyebut empat fungsi komunikasi, meliputi:

1. Fungsi *Surveillance*, terutama menyangkut tatacara pengumpulan dan penyebaran informasi tentang kejadian atau peristiwa tertentu. Fungsi inilah yang kemudian menjadi salah satu fungsi komunikasi massa versi Charles Wright.
2. Fungsi *Correlation*, terutama menyangkut interpretasi-interpretasi tertentu terhadap suatu kejadian atau peristiwa. Pertumbuhan industri komunikasi massa akan membuat khalayak membuat asumsi-asumsi tertentu berdasarkan informasi yang mereka dapat. Tak heran bila kemudian ada fungsi memengaruhi khalayak (*media effect*) menjadi sangat penting dalam kajian komunikasi massa.
3. Fungsi *Transmission*, terutama menyangkut transmisi budaya, yakni proses komunikasi efektif untuk menyalurkan informasi, nilai-nilai, dan norma-norma sosial budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya.
4. Fungsi *Entertainment*, terutama menyangkut fungsi komunikasi massa sebagai sebuah fasilitas atas sarana hiburan bagi khalayak (masyarakat). Menurut Wright, fungsi ini hanya memberi efek kecil bagi perubahan orientasi, sikap, dan perilaku masyarakat.

Sementara menurut Dedy Mulyana (2008: 12-54), komunikasi setidaknya memiliki empat fungsi berikut:

1. Sebagai *Sarana Eksistensi Sosial*. Fungsi ini mengisyaratkan bahwa

komunikasi penting sebagai sarana untuk membangun konsep diri, citra diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, meraih kebahagiaan, juga untuk menghindari tekanan sosial dan psikologis.

2. Sebagai *Sarana Ekspresif*. Erat kaitannya dengan fungsi komunikasi sebagai ekspresi sosial adalah komunikasi sebagai sarana ekspresif yang dapat dilakukan individual atau kolektif. Komunikasi ekspresif tidak langsung bertujuan untuk memengaruhi orang lain, namun bisa diketahui sejauh komunikasi itu adalah wahana untuk menyampaikan perasaan (emosi). Bagaimana emosi dikomunikasikan melalui berbagai pesan bukan lisan (non verbal). Perasaan senang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, duka, takut, geram, prihatin, marah dan benci bisa pula disampaikan melalui kata-kata, namun terutama dilakukan melalui komunikasi non verbal.
3. Sebagai *Sarana Ritual*. Komunikasi sebagai sarana sosial biasanya dilakukan secara kolektif, terutama dalam bentuk aktivitas budaya, seperti pelaksanaan upacara ritual yang bersumber dari adat, tradisi atau kebiasaan/kepercayaan lokal, seperti upacara kelahiran, khitanan, perayaan hari kelahiran, pertunangan, pernikahan, ulang tahun perkawinan, hingga upacara kematian. Kini aktivitas olahraga pun menjadi bersifat komunikasi ritual, seperti: upacara Olimpiade, SEA Games, Asian Games, World Cup, Copa Amerika, dan seterusnya.
4. Sebagai *Sarana Instrumental*. Dalam fungsi ini komunikasi memiliki beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku, menggerakkan tindakan dan untuk menghibur. Kesemuanya tersebut fungsi tersebut pada prinsipnya adalah memujuk (*persuasive*). Komunikasi yang bertujuan menerangkan (*to inform*) juga mengandung makna persuasif dalam arti pembicara ingin opininya didengar, informasinya akurat dan layak dipercaya. Komunikasi menghibur pun (*entertainment*) sesungguhnya bertujuan untuk membujuk khalayak untuk sejenak melupakan berbagai persoalan dan belitan hidup yang menjadi tekanan psikis dan sosial rutin mereka.

## **E. JENIS DAN BIDANG KAJIAN**

Dalam konteks jenis dan bentuk, komunikasi juga memiliki jenis dan bentuk yang cukup variatif, yang dapat diringkas sebagai berikut:

1. Jenis Komunikasi
  - A. Komunikasi Verbal dan Nonverbal



## 1. *Verbal Communication*

Komunikasi verbal (*verbal communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (*written*) atau lisan (*oral*). Komunikasi verbal menempati porsi besar. Karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang nonverbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maupun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan. Contoh komunikasi verbal melalui lisan dapat dilakukan dengan menggunakan media, contoh seseorang yang bercakap-cakap melalui telepon. Sedangkan komunikasi verbal melalui tulisan dilakukan dengan secara tidak langsung antara komunikator dengan komunikan (Kusumawati, 2015: 86).

Proses penyampaian informasi verbal dilakukan dengan menggunakan berupa media surat, lukisan, gambar, grafik dan lain-lain. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Bentuk-bentuk komunikasi verbal, antara lain berbicara, membaca, menulis, dan mendengar/menyimak percakapan (Kusumawati, 2015: 90).

## 2. *Nonverbal Communication*

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk tanpa kata-kata. Dalam hidup nyata komunikasi non verbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi nonverbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi nonverbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi nonverbal lebih bersifat jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan (Kusumawati, 2015: 90-91).

Komunikasi nonverbal juga bisa diartikan sebagai tindakan-tindakan manusia yang secara sengaja dikirimkan dan diinterpretasikan seperti tujuannya dan memiliki potensi akan adanya umpan balik (*feed back*) dari penerimanya. Dalam arti lain, setiap bentuk komunikasi tanpa menggunakan lambang-lambang verbal seperti kata-kata, baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan. Komunikasi nonverbal dapat berupa lambang-lambang, seperti gerakan (*gesture*), bahasa tubuh (*body language*), mimik wajah (*gimmick*), warna, isyarat, sandi, simbal, tanda, lambang, pakaian seragam, intonasi suaram dan sebagainya.

Secara lebih spesifik, konsep dan contoh praktis komunikasi nonverbal dapat dijelaskan sebagai berikut (Rakhmat, 2001):

- a. Pesan *Kinesik*—yakni pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.
- b. Pesan *Fasial*—yakni pesan nonverbal yang menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan tekad.
- c. Pesan *Gestural*—yakni pesan non verbal yang menunjukkan gerakan sebagian anggota badan, seperti mata, kuping, tangan, kepala, dan anggota tubuh lainnya untuk mengkomunikasi berbagai makna.
- d. Pesan *Postural*—yakni pesan nonverbal yang berkenaan dengan keseluruhan anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah: (a) *immediacy* atau ungkapan kesukaan dan ketidaksukaan terhadap individu yang lain; (b) *power* atau pengungkapan status yang tinggi pada diri komunikator; dan (c) *responsiveness* atau reaksi individu secara emosional (baik reaksi positif maupun negatif) pada lingkungan.
- e. Pesan *Proksemik*—yakni jenis pesan nonverbal yang disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang, seperti mengatur jarak untuk mengungkapkan keakraban/kedekatan kita dengan orang lain.
- f. Pesan *Artifaktual*—yakni pesan nonverbal yang diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Kendati bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungannya dengan orang lain sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (*body image*). Erat kaitannya dengan tubuh adalah upaya kita membentuk *body image* dengan busana, perhiasan, kosmetik, dan alat-alat penunjang penampilan lainnya.
- g. Pesan *Paralinguistic*—yakni sejenis pesan nonverbal yang berelasi dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda. Pesan ini oleh Mulyana (2005) disebutnya sebagai parabahasa.
- h. Pesan *Sentuhan* dan *Bau-bauan*. Alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan membedakan emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat

mengkomunikasikan rasa kasih sayang, rasa takut, rasa marah, canda-gurau, dan perhatian.

- i. Pesan *Wewangian*, terutama yang menyenangkan (harum semerbak) yang telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan—menandai wilayah mereka, mengidentifikasi keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis.

### 3. Hubungan Pesan Verbal dan Pesan Nonverbal

Menurut Knapp dan Hall dalam *Nonverbal Communication in Human Interaction* (1972), setidaknya terdapat lima hubungan antara fungsi pesan nonverbal dengan pesan verbal dalam kontes komunikasi.

- a. *Repetisi*, yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya setelah mengatakan penolakan saya, saya menggelengkan kepala.
- b. *Substitusi*, yaitu menggantikan lambang-lambang verbal. Misalnya tanpa sepatah kata pun kita berkata, kita menunjukkan persetujuan dengan mengangguk-anggukkan kepala.
- c. *Kontradiksi*, menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal. Misalnya anda 'memuji' prestasi teman dengan mencibirkan bibir, seraya berkata "Hebat, kau memang hebat."
- d. *Komplemen*, yaitu melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal. Misalnya, air muka anda menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak terungkap dengan kata-kata.
- e. *Aksentuasi*, yaitu menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya. Misalnya, anda mengungkapkan betapa jengkelnya anda dengan memukul atau meng-*gebrak* meja.

## B. Komunikasi Langsung dan Tidak Langsung

### 1. Komunikasi Langsung (Tatap Muka)

Komunikasi langsung merupakan proses komunikasi yang dilakukan secara langsung (*direct communication*) atau tatap muka (*face to face communication*). Seperti halnya ketika kita berbicara dengan orang lain tanpa adanya perantara atau media komunikasi sebagai penghantar pesan atau informasi. Komunikasi langsung dilakukan secara langsung melalui tatap muka antara komunikator dengan komunikan tanpa adanya alat bantuan komunikasi yang fungsinya sebagai perantara atau media (Heru, 2017).

Menurut situs [newsq.wordpress.com](http://newsq.wordpress.com), proses komunikasi langsung akan berjalan efektif jika didukung oleh beberapa syarat berikut: (1) kemampuan melakukan pendekatan dengan lawan bicara; (2) kemampuan memengaruhi imajinasi lawan; (3) kemampuan merasakan emosi lawan bicara; (4) kemampuan mengajukan pertanyaan; (5) kemampuan mengulas permasalahan; (6) kemampuan memberikan informasi; (7) kemampuan menghayati rasa serta isi hati seseorang, seperti: (a) mengagumi kemajuan usaha maupun kegiatan seseorang, (b) merasa ikut prihatin dengan apa yang dialami seseorang, dan (c) merasa ikut berbangga akan keberhasilan yang dicapai seseorang.

## 2. Komunikasi Tidak Langsung

Berbeda hal dengan komunikasi langsung (*direct communication*), komunikasi tidak langsung atau berperantara/bermedia (*indirect communication*) merupakan proses dari suatu komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung alias memerlukan bantuan alat komunikasi yang fungsinya sebagai media komunikasi. Komunikasi tidak langsung ini umumnya menggunakan media perantara sebagai penghantar pesan atau informasi agar sampai ke komunikan atau penerima pesan. Komunikasi tidak langsung ini tidak berlangsung begitu saja alias dengan tatap muka secara langsung, melainkan perlu adanya alat media komunikasi dalam berkomunikasi. Sehingga, komunikasi tidak langsung ini umumnya digunakan dalam berkomunikasi jarak jauh (Heru, 2017).

Dapat disimpulkan, komunikasi langsung dilakukan dengan jarak pendek alias bertatap muka sedangkan komunikasi tidak langsung dilakukan jarak jauh sesuai dengan kapasitas frekuensi dari media komunikasinya. Sehingga, pengertian di atas merupakan perbedaan antara komunikasi langsung dengan komunikasi tidak langsung ditinjau dari jarak dan media komunikasinya.

## C. Komunikasi Lisan dan Tulisan

### 1. Komunikasi Lisan

Komunikasi lisan bersumber dari pengucapan kata-kata secara lisan dan berlangsung ke individu lain atau kelompok sebagai lawan bicara. Komunikasi lisan ini bisa dilakukan dari individu ke individu, dari individu ke kelompok, dari kelompok ke individu, dan dari kelompok ke kelompok (Heru, 2017).

a. *Individu ke Individu (person to person)*: komunikasi yang dilakukan seseorang kepada orang lain (teman, kerabat, atau keluarga). Komunikasi lisan dari

individu ke individu ini bisa terjadi, baik dalam suasana komunikasi secara formal maupun informal.

- b. *Individu ke Kelompok (person to group)*: bentuk komunikasi lisan ini adalah ketika seseorang menyampaikan informasi/pesan kepada banyak orang. Contoh: seorang ketua sedang memimpin rapat, dimana proses komunikasi lisan berlangsung dari individu ke kelompok. Komunikasi lisan dari individu ke kelompok ini umumnya dilakukan secara formal. Adapun komunikasi lisan yang bersifat informal biasanya berlangsung saat individu berbicara langsung kepada teman, kerabat, atau keluarga dekatnya.
- c. *Kelompok ke Individu (group to person)*: komunikasi lisan yang terjadi pada kelompok ke individu ini seperti halnya ketika melakukan *voting* atau pemilihan ketua secara langsung. Contoh: saat berlangsung pemilihan Ketua RT, warga meminta agar dilakukan mekanisme pemilihan langsung, dimana setiap warga yang memiliki hak suara mengangkat tangan mereka ke atas saat panitia menyebut nama calon yang mereka dukung.
- d. *Kelompok ke Kelompok (group to group)*: komunikasi lisan yang terjadi pada kelompok ke kelompok ini biasanya terjadi pada lomba cerdas cermat yang diikuti oleh kelompok yang masing-masing mewakili sekolah mereka. Dalam lomba tersebut, setiap kelompok akan menyampaikan pendapat, jawaban atau sanggahan pada kelompok lain. Contoh ini merupakan kegiatan komunikasi lisan atau komunikasi secara langsung kelompok ke kelompok lainnya. Komunikasi lisan jenis ini biasanya terjadi secara langsung, dimana masing-masing kelompok akan saling berhadapan dengan lawan bicara atau komunikannya.

## 2. Komunikasi Tulisan

Menurut Ilham (2020), komunikasi tertulis merupakan komunikasi yang dilakukan yang melalui sebuah tulisan yang dilakukan dalam kegiatan surat menyurat yang melalui pos, telegram, e-mail dan masih banyak lagi. Dalam dunia bisnis komunikasi tertulis ini terbilang sering dilakukan. Contoh komunikasi tertulis misalnya ketika melakukan surat-menyurat bisnis, seperti:

- a. Membuat dan mengirim surat konfirmasi barang kepada pelanggan.
- b. Membuat dan mengirim surat pemesanan barang kepada pihak lain.
- c. Membuat dan mengirim surat permintaan barang kepada pihak lain.
- d. Membuat dan mengirim surat teguran kepada nasabah yang menunggak pembayaran kredit.

- e. Membuat dan mengirim surat kontak kerja kepada pihak lain.
- f. Memberi informasi kepada pelanggan yang meminta informasi produk-produk baru.
- g. Membuat dan mengirim surat penawaran harga barang, dan lain-lain.

Komunikasi tertulis biasanya dilakukan antara individu dengan bagian, bidang atau seksi dalam struktur organisasi, perusahaan, atau pihak ketiga (umumnya organisasi formal). Menurut Boove dan Thill dalam *Business Communication Today* (1989), komunikasi tertulis dapat dipilih bilamana (Purwanto, 2006: 11-13):

- a. Pesan atau subjek penerima pesan yang ingin disasar cukup banyak dan kompleks, perlu penjelasan teknis yang panjang lebar, perlu visualisasi pesan dalam bentuk angka-angka, grafik, gambar atau data statistic.
- b. Penerima pesan terpisah dengan jarak dan ruang (yang cukup jauh) serta waktu dengan pemberi pesan.
- c. Diperlukan sebagai laporan lengkap, data atau dokumen tertulis untuk kepentingan administrasi dan pengarsipan.
- d. Tidak dibutuhkan tanggap (*feedback*) yang cepat dari pengirim pesan.

Menurut Novitaningrum dkk. (academia.edu), setidaknya terdapat tujuh prinsip dasar dalam komunikasi tertulis, yakni: (1) *completeness* (lengkap); (2) *conciseness* (ringkas); (3) *concideration* (pertimbangan); (4) *concerteness* (konkret); (5) *clarity* (jelas); (6) *correctness* (benar); (7) *courtesy* (sopan)

### 3. Komunikasi Visual

Menurut Thomasden (2018), komunikasi visual adalah suatu proses penyampaian pesan dimana lambang-lambang yang dikirimkan komunikator hanya ditangkap oleh komunikan semata-mata hanya melalui indra penglihatan. Bentuk komunikasi visual bisa bersifat langsung (sebagaimana dua orang tuna rungu saling bercengkrama menggunakan bahasa isyarat), namun sebagian besar menggunakan media perantara yang lazim disebut media komunikasi visual.

Komunikasi melalui penglihatan adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi

visual mengkombinasikan seni, lambang, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya.

Secara umum, komunikasi visual memiliki beberapa fungsi, antara lain (Thomasden, 2018):

- a. Sebagai sarana informasi dan instruksi. Fungsi ini bertujuan menunjukkan hubungan antara suatu hal dengan hal yang lain dalam petunjuk, arah, posisi dan skala, seperti peta, diagram, simbol, dan penunjuk arah. Informasi akan berguna apabila dikomunikasikan kepada orang yang tepat, pada waktu dan tempat yang tepat, dalam bentuk yang dapat dimengerti, dan dipresentasikan secara logis, sistematis, dan konsisten.
- c. Sebagai sarana presentasi dan promosi. Fungsi ini untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian (atensi) dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat; contohnya poster.
- d. Sebagai sarana identifikasi. Fungsi ini untuk menunjukkan identitas atau asal seseorang, atau siapa orang itu. Demikian juga dengan suatu benda, produk ataupun lembaga, jika mempunyai identitas akan dapat mencerminkan kualitas produk atau jasa itu dan mudah dikenali, baik oleh produsennya maupun konsumennya.

Menurut Kusmiati (1999) dan Hasan Alwi (2002), ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam Komunikasi visual, antara lain (Thomasden, 2018):

1. *Prinsip Keseimbangan*. Keseimbangan adalah kesamaan distribusi dalam bobot. Mendesain dengan keseimbangan (*design by equality*) cenderung akan dirasakan memiliki keterkaitan bersama, terlihat lebih menyatu, dan menghadirkan suasana batin (perasaan) yang harmonis.
2. *Prinsip Titik Fokus*. Prinsip titik fokus menonjolkan salah satu unsur untuk menarik perhatian. Misalnya antara merek dan ilustrasi. Keduanya merupakan dua unsur yang saling berebut perhatian. Agar tidak membingungkan konsumen, maka diperlukan suatu penonjolan baik dari segi warna maupun dari segi ukuran.
3. *Prinsip Hirarki Visual*. Merupakan prinsip yang mengatur elemen-elemen mengikuti perhatian yang berhubungan secara langsung dengan titik fokus. Tiga pernyataan penting mengenai hirarki visual, yakni: mana yang anda lihat pertama? mana yang anda lihat kedua? mana yang anda lihat ketiga? dan seterusnya.
4. *Prinsip Ritme*. Prinsip ini merupakan pola yang diciptakan dengan

mengulang atau membuat variasi elemen dengan pertimbangan yang diberikan terhadap ruang yang ada diantaranya dan dengan membangun perasaan berpindah dari satu elemen ke elemen lainnya.

5. *Prinsip Kesatuan (unity)*. Adalah prinsip bagaimana mengorganisasi seluruh elemen dalam suatu tampilan grafis. Untuk mencapai kesatuan desainer harus mengerti tentang garis, bentuk, warna, tekstur, kontras nilai, format, keseimbangan, titik fokus, dan ritme.
6. *Prinsip Proporsi*. Prinsip ini adalah perbandingan antara satu bagian dari suatu objek atau komposisi terhadap bagian yang lain atau terhadap keseluruhan objek atau komposisi. Ada kemiripan pengertian dengan skala, hanya saja unsur proporsi tidak berdiri sendiri, melainkan selalu dikaitkan dengan ukuran objek lain yang telah diketahui sebelumnya. Media komunikasi visual adalah media untuk menyampaikan suatu pesan atau maksud yang ingin disampaikan (menginformasikan), barang tentu media yang akan dirancang tidak akan lepas dari beberapa unsur desain yang mendukung.
7. *Prinsip Ilustrasi*. Prinsip ini terkait dengan gambar yang berfungsi untuk membantu memperjelas isi sebuah buku atau karangan. Ilustrasi adalah sesuatu yang dapat menyemarakkan halaman-halaman buku atau lembar karangan sebagai karya seni yang memiliki nilai estetis, seperti foto, karikatur, kartun, potret manusia, binatang, tumbuh-tumbuhan, dan lain sebagainya.

#### D. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*) adalah jenis komunikasi antarperorangan dan bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) ataupun tidak langsung (melalui medium). Kegiatan-kegiatan seperti percakapan tatap muka (*face to face communication*), percakapan melalui telepon, surat menyurat pribadi, merupakan contoh-contoh komunikasi antarpribadi. Teori-teori komunikasi antarpribadi umumnya memfokuskan pengamatannya pada bentuk-bentuk dan sifat hubungan (*relationships*), percakapan (*discourse*), interaksi, dan karakteristik komunikator (Sendjaja, 2005).

#### E. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*) adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Hal yang jadi pusat perhatian adalah jalannya proses pengolahan informasi yang dialami seseorang melalui sistem syaraf dan indranya. Teori-teori komunikasi intrapribadi umumnya



membahas mengenai proses pemahaman, ingatan, dan interpretasi terhadap simbol-simbol yang ditangkap melalui panca indra (Sendjaja, 2005).

F. Komunikasi Kelompok (*group communication*)

Komunikasi kelompok (*group communication*) memfokuskan pembahasannya pada interaksi di antara orang-orang dalam kelompok-kelompok kecil. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Teori-teori komunikasi kelompok antara lain membahas dinamika kelompok, efisiensi, dan efektivitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola, dan bentuk interaksi, serta pembuatan keputusan (Sendjaja, 2005).

G. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi (*organizational communication*) menunjuk pada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks dan jaringan organisasi. Komunikasi organisasi melibatkan bentuk-bentuk komunikasi formal dan informal, serta bentuk-bentuk komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok. Pembahasan teori-teori komunikasi organisasi antara lain menyangkut struktur dan fungsi organisasi, hubungan antarmanusia, komunikasi, dan proses pengorganisasian, serta kebudayaan organisasi (Sendjaja, 2005).

H. Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang besar. Proses komunikasi massa melibatkan aspek-aspek komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi organisasi. Teori-teori komunikasi massa umumnya memfokuskan perhatiannya pada hal-hal yang menyangkut struktur media, hubungan media, dan masyarakat, hubungan antara media dan khalayak, aspek-aspek budaya dari komunikasi massa, serta dampak atau hasil komunikasi massa terhadap individu (Sendjaja, 2005).

## 2. Bidang Kajian Komunikasi

Sebagai cabang dari disiplin ilmu sosial yang terus berkembang, ilmu komunikasi mengalami perkembangan dalam berbagai bidang kajian. Menurut catatan Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) sebelum tahun 1998, terdapat 24 institusi pendidikan tinggi yang bertindak sebagai penyelenggara Program Studi (Prodi) atau Jurusan Ilmu Komunikasi (atau kajian sejenis dengan bidang

ilmu komunikasi, seperti Desain dan Komunikasi Visual/DKV atau Komunikasi Penyiaran Islam/KPI) yang berada di bawah naungan perguruan tinggi umum (universitas, institut, sekolah tinggi, akademi, dan politeknik; maupun yang berada di bawah naungan perguruan tinggi Agama, seperti IAIN, STIA atau UIN) (Adiprasetyo, 2019: 124-125)

Pasca reformasi tahun 1998, jumlah Prodi/Jurusan Ilmu Komunikasi (atau bidang kajian sejenis) tumbuh dan berkembang kian pesat. Mengacu pada data Evaluasi Program Studi Berdasarkan Evaluasi Diri (EPSBED) per November 2009, Prodi/Jurusan Ilmu Komunikasi berjumlah lebih dari 199 di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Hingga tahun 2017, terdapat 218 program studi Ilmu Komunikasi yang sudah terakreditasi (Badan Akreditasi Nasional per 2017) (Adiprasetyo, 2019: 124-125).

Untuk mengetahui dinamika perkembangan bidang kajian ilmu komunikasi yang tumbuh pesat tersebut, di bawah ini akan disajikan secara ringkas perkembangan kajian ilmu komunikasi menurut berbagai asosiasi profesi ilmu komunikasi di tingkat global maupun nasional (Kuswarno, 2009).

1. *Asian Media Information and Communication Centre* (AMIK)

A. Media Studies (include studies):

- Media in a Globalizing World
- New Media and Old Media
- Media and Cultural Identity
- Media and Development
- Media and Democracy
- Media and Ethics
- Media and Good Governance
- Media and Gender
- Media and Youth
- Media Law and Regulation
- Alternative and Community Media
- Media Industry Trends and Dynamics

B. Asian Perspectives on Communication

C. International Communication

2. *Communication Management Assosiation (CMA)*
  - Animal Communication
  - Interpersonal Communication (Marketing, Propaganda, Public Affairs, Public Relations)
  - Organizational Communication
  - Speech Communication
  - Cross-Cultural Communication
  - Telecommunication (Computer-Mediated Communication)
  
3. *International Communicology Institute (ICI)*
  - Media Communicology  
(Difokuskan pada analisis antropologis, psikologis, dan sosiologis perilaku manusia dalam konteks media elektronik, dan fotografi—*Focused on the anthropological, psychological, and sociological analysis of human behavior in the context of electronic media, and photography*).
  - Clinical Communicology  
(Fokus terapeutik pada: (a) gangguan komunikasi dalam konteks patologi bicara dan audiologi; atau (b) kesalahan perilaku yang disebabkan oleh salah tafsir pragmatis dan semantik—*a therapeutic focus on: (a) communication disorders within the context of speech pathology and audiology; or (b) behavioral mistakes caused by pragmatic and semantic misinterpretations*).
  - Art Communicology  
(Studi tentang media estetika sebagai transmisi dan difusi budaya dengan penekanan khusus pada seni visual dan kreativitas performatif, misalnya, sinematik, tari, narasi cerita rakyat, musik, ikonografi, dan lukisan—*The study of aesthetic media as cultural transmission and diffusion with particular emphasis on visual arts and performative creativity, e.g., cinematics, dance, folklore narrative, music, iconography, and painting*).
  - Philosophy of Communicology  
(Studi tentang komunikasi sebagai konteks yang lebih besar untuk penjelasan bahasa dan linguistik, ilmu kognitif, dan sibernetika dalam subdisiplin filosofis dari metafisika, epistemologi, logika, dan estetika—*the study of communication as the larger context for the explication of language and linguistics, cognitive science, and cybernetics within the*

*philosophical subdisciplines of metaphysics, epistemology, logic, and aesthetics).*

4. *National Communication Association (NCA)*

A. Communication, Journalism, and related programs, like:

- Communication and Media Studies
- Advertising, Public Relations, and Organizational Communication
- Journalism

B. Mediated and Telecommunication, like:

- Computer and Information Sciences
- Journalism
- Support Services
- Communication Technology, and related fields, other.

5. *Russian Communication Association (RCA)*

A. Communication Theory, like:

- Mass Communication, Media Culture, and Mass Media
- Social Communication
- Political Communication
- Intercultural Communication
- Organizational, Professional, and Business Communication

B. Interpersonal Communication

- Speech Communication, Public Presentations, and Rhetorics
- Cultural Conditioning of Language and Communication
- Computer-Mediated and Technical Communication, New Media
- Instructional Communication, Educational Communication and Media Education

6. *Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM)*

- Ilmu Komunikasi (*Communicology*)
- Hubungan Masyarakat
- Periklanan
- Komunikasi Visual
- Jurnalistik

- Manajemen Komunikasi dan Media (*Media and Communication Management*)
- Penyiaran: Radio, TV, Film, dan Media Baru (*New Media*)

Adapun usulan konsentrasi kajian ilmu komunikasi, ASPIKOM mengusulkan: (1) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*); (2) Jurnalistik; (3) Manajemen Komunikasi; (4) Periklanan (*Advertising*); (5) Komunikasi Visual (*Visual Communication*); (6) Penyiaran (*Broadcasting*); (7) Komunikasi Politik (*Political of Communication*); (8) Komunikasi Bisnis (*Bussines of Kommunikation*); (9) Manajemen Komunikasi dan Media (*Media Communication and Management*); (10) Komunikasi Pemasaran (*Marketing of Communication*); dan (11) Pelatihan dan Konsultasi (untuk program vokasi).

## **F. ALUR DAN KOMPONEN**

### **1. Alur Komunikasi**

Manusia berkomunikasi untuk saling memberikan pengetahuan dan pengalaman. Bentuk biasa komunikasi manusia ialah percakapan, bahasa isyarat, penulisan, sikap, dan *broadcasting* (aktivitas dalam dunia radio). Komunikasi bisa berbentuk interaktif, transaktif, disengaja (*on purpose*) atau tidak disengaja (*accidental*). Ia juga bisa jadi komunikasi lisan, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi, komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan tersebut.

Mengutip Takari (2019: 1), sebagai suatu disiplin akademik, komunikasi ialah sebuah alur ilmiah yang fokus untuk mengkaji dan memahami proses pemindahan informasi melalui sistem simbol, tanda, lambang, atau *figure* yang sama. Namun demikian, secara umum, alur utama dalam proses komunikasi dilakukan dengan menggunakan kata-kata (lisan) atau bersifat verbal yang dapat dimengerti/dipahami oleh kedua belah pihak (komunikator vs komunikan). Apabila tidak ada bahasa lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, maka alur manusia komunikasi masih bisa dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan atau menunjukkan sikap tertentu (misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, dan mengangkat bahu). Cara seperti ini disebut komunikasi dengan bahasa bukan lisan atau bahasa isyarat.

Alur komunikasi secara ringkas adalah sebagai berikut: (a) komunikator (*sender*) yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain

mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud; (b) pesan yang disampaikan itu bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun melalui simbol-simbol yang bisa dimengerti kedua pihak; (c) pesan (*message*) itu disampaikan atau dibawa melalui suatu media atau saluran, baik secara langsung maupun tidak langsung (contohnya berbicara langsung melalui telepon, surat, e-mail, atau media lainnya);<sup>2</sup> (d) komunikan (*receiver*) menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti kedua pihak; (e) komunikan memberikan tindak balas atau tanggapan (*feedback*) atas pesan yang dikirimkan dan diterimanya, apakah dia (komunikasi) mengerti atau memahami pesan (*message*) yang dimaksud oleh si pengirim (komunikator).

Mengutip *Ensiklopedia Malaysiana* (1996: 202), alur dari aktivitas komunikasi sebenarnya ditujukan oleh manusia untuk mencari satu kesamaan atau pengertian (*similarity or understanding*) antara seorang dengan seorang yang lainnya. Seseorang mencoba menimbulkan apa yang ada di dalam diri dan mencari kesamaan dengan diri orang lain, yang terlibat dalam proses komunikasi. Gagasan, kepercayaan, nilai-nilai sosial, dan lainnya, dilafalkan kepada orang lain dengan tujuan mencari atau mencapai kesamaan dan pengertian (*understanding*) itu.

## 2. Komponen Komunikasi

Menurut Frank Dance dalam *The "Concept" of Communication* (1970: 201-210), komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Komponen-komponen tersebut terdiri dari empat bagian meliputi:

1. Pengirim atau komunikator (*sender*) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.

---

<sup>2</sup> Setelah ditemukannya teknologi komputer dan internet, maka manusia di dunia sudah mulai mengirim surat sesama mereka melalui dunia maya ini. Pertama, seseorang membuka e-mail (*electronic mail* atau surat elektronik) dengan cara-cara tertentu, seperti mengetik nama dan kata kunci (*password*). Selepas itu, ia dapat menulis surat elektronik dan mengirimkan kepada rakan e-mailnya di seluruh dunia. Beberapa perusahaan internet dunia menyediakan ruang untuk pengguna e-mail, sama ada yang bebas biaya mahupun yang meminta biaya. Di antara perusahaan itu adalah yahoo, msn, gmail, atau juga kini bermunculan berbagai instansi yang bisa membuat e-mail sendiri. Perkembangan di dunia maya ini, telah pula menyediakan perangkat-perangkat yang bisa membuat laman web atau blog web. Sehingga dengan mudah setiap pengguna internet bisa melihat laman-laman web di seluruh dunia, dengan menggunakan enjin pencari laman web, seperti google.

2. Penerima atau *communicate (receiver)* adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain.
3. Pesan (*message*) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
4. Tindak balas (*feedback*) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi yang disampaikannya.

Sementara komponen komunikasi menurut Laswell terdiri atas 5 (lima) unsur berikut (Sanjaya, 2012: 79):

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel, media*)
4. Komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*)
5. Efek (*effect, impact, influence*).

Kelima unsur komunikasi Laswell tersebut dapat dijelaskan secara ringkas sebagai berikut:

1. *Who?* (siapa/sumber). Sumber/komunikator adalah pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator.
2. *Says what?* (pesan). Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Merupakan seperangkat simbol verbal/nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, agasan/maksud sumber tadi. Setidaknya terdapat tiga komponen pesan, yaitu: makna, simbol untuk menyampaikan makna, dan bentuk/organisasi pesan.
3. *In which channel?* (saluran/media). Wahana/alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima), baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik/sosial, dan seterusnya).
4. *To whom?* (untuk siapa/penerima). Orang/kelompok/organisasi/suatu negara yang menerima pesan dari sumber. Disebut tujuan (*destination*)/pendengar (*listener*)/khalayak (*audience*)/komunikan/penafsir/penyandi balik (*decoder*).

5. *With what effect?* (dampak/efek). Dampak/efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dan lain sebagainya.

Sementara David Berlo memaknai komponen komunikasi ke dalam model 'SMCR' (*source, message, channel, dan receiver*). Straubhaar, dkk. (2009: 17) dalam penjelasan keempat komponen komunikasi '*SMCR models*' Schramm menambahkan elemen lain, yaitu *encoding, decoding*, umpan balik (*feedback*), dan gangguan (*noise*) yang dapat dijelaskan secara ringkas sebagai berikut:

1. S—*Source* atau disebut juga komunikator atau sumber informasi.
2. Proses *Encoding*, proses yang menerjemahkan ide ke dalam suatu bentuk agar dapat dikomunikasikan.
3. M—*Message* yaitu pesan atau informasi yang akan disampaikan.
4. C—*Channel* atau saluran komunikasi adalah medium atau sistem transmisi yang digunakan untuk menyampaikan informasi.
5. Proses *Decoding*, proses yang menerjemahkan ide yang diterima ke dalam bentuk informasi sehingga dapat dimengerti.
6. R—*Receiver* yaitu penerima pesan atau informasi.
7. E—*Effect*, yaitu dampak dari penyampaian pesan atau informasi.
8. Umpan balik (*feedback*) merupakan respons dari penerima pesan (komunikan) yang dapat membentuk atau mengubah pesan berikutnya yang disampaikan oleh sumber komunikasi (komunikator).
9. Gangguan (*noise*) dalam proses komunikasi. *Noise* didefinisikan sebagai berbagai hal atau apa saja yang dapat mengganggu penyampaian pesan.

Menurut Osgood dan Schraam komunikasi adalah pengalaman melingkar, bukan linier, yang melibatkan pengirim, yang menyandikan pesan, dan penerima, yang menerjemahkannya. Komponen komunikasi Osgood dan Schraam mempertimbangkan konsep bidang pengalaman dan kesamaan antara dua komunikator yang membuat proses komunikasi lebih sederhana. Adapun komponen Osgood dan Schraam adalah sebagai berikut (<https://study.com/academy/lesson/>):

1. *Sender (transmitter)*: orang yang mengirimkan pesan.
2. *Encoder*: orang yang mengubah pesan ke dalam bentuk kode.



3. *Decoder*: orang yang mendapatkan pesan yang telah di-encode yang telah dikirimkan oleh *encoder* dan mengubahnya ke dalam bahasa yang dapat dimengerti oleh orang lain.
4. *Interpreter*: orang yang mencoba untuk memahami dan menganalisa pesan. Pesan diterima setelah interpretasi. Interpreter dan receiver adalah orang yang sama.
5. *Receiver*: orang yang menerima pesan yang melakukan proses *decoding* dan menginterpretasikan pesan-pesan aktual.
6. *Message*: data yang dikirimkan oleh pengirim pesan dan informasi yang diterima oleh penerima pesan.
7. *Feedback*: proses merespon pesan yang diterima oleh penerima pesan.
8. *Medium*: media atau saluran yang digunakan oleh pengirim pesan untuk mengirim pesan.
9. *Noise*: gangguan yang terjadi selama proses komunikasi berlangsung. Gangguan juga dapat berupa gangguan semantik dimana terjadi perbedaan dalam pemaknaan pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan dan pemaknaan pesan yang diinterpretasi oleh penerima pesan.

Selanjutnya, Hovland, Janis, dan Kelly (1953) juga menjelaskan komponen komunikasi sebagai berikut (Hasan, 2010: 9):

1. *Kredibilitas*, yaitu kepercayaan penerima pesan (komunikatif) terhadap komunikator yang meliputi unsur-unsur keterampilan dan keahlian yang dimiliki komunikator untuk berkomunikasi (menyajikan isi pesan sesuai keahlian yang dimiliki komunikatif).
2. *Daya tarik*, yaitu pesona yang dimiliki komunikator dalam penyampaian pesan yang mencakup daya tarik fisik dan daya tarik non fisik.
3. *Power*, yaitu kewenangan yang dimiliki komunikator dan atau kewenangan komunikatif untuk memberikan *reward and punishment* (penghargaan dan hukuman) yang dianggap mampu membangkitkan motivasi di antara pihak-pihak yang berkomunikasi.
4. *Eksistensi komunikasi*, yaitu kemampuan mengemas dan menafsirkan pesan secara berkualitas, komprehensif, sistematis dan logis, sehingga isi pesan yang disampaikan mampu menggugah dan membangkitkan inspirasi kedua belah pihak yang terlibat dalam berkomunikasi.
5. *Setting komunikasi* yang kondusif (nyaman, menyenangkan dan menantang)
6. *Mekanisme penyampaian pesan*, yaitu tatacara yang berkaitan dengan

metode dan media yang sesuai dengan kemampuan dan kapasitas indera penerima pesan serta situasi dan kondisi saat berkomunikasi.

Sementara Ambar (2017) menetapkan 10 (sepuluh) komponen komunikasi berikut:

1. Komunikator/sumber/pengirim pesan (*communicator/source/sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Penyandian/pengkodean (*encoding*)
4. Media dan saluran komunikasi (*channel*)
5. Penerjemahan balik dari hasil penyandian/pengkodean (*decoding*)
6. Penerima pesan/komunikate (*communicate/receiver*)
7. Umpan balik (*feedback*)
6. Konteks (*contex*)
9. Gangguan (*noise*)
10. Efek (*effect*)

## **G. PARADIGMA DAN PENDEKATAN**

Sebelum kita sampai pada pembahasan tentang berbagai model komunikasi yang telah dikembangkan oleh berbagai ahli, ada baiknya kita membahas mengenai paradigma, pendekatan atau pandangan utama (*mainstream*) yang berkembang dalam ilmu komunikasi (*communication science*). Hal ini penting karena paradigma atau pandangan-pandangan arus utama tersebut merupakan kerangka dasar dari berbagai model (dan teori) yang telah sejak lama tumbuh di pusaran perjalanan panjang ilmu komunikasi.

### **1. Definisi**

Menurut Damsyid Ambo Upe (2010: 59), paradigma didefinisikan sebagai pandangan dasar tentang apa yang menjadi pokok bahasan yang seharusnya dikaji oleh disiplin ilmu pengetahuan, mencakup apa yang seharusnya ditanyakan dan bagaimana rumusan jawabannya disertai dengan interpretasi jawaban. Paradigma adalah konsesus bersama oleh para ilmuan tertentu yang menjadikannya memiliki corak yang berbeda antara satu komunitas ilmuan dan komunitas ilmuan lainnya. Varian paradigma yang berbeda-beda dalam dunia ilmiah dapat terjadi karena latar belakang filosofis, teori dan instrumen serta metodologi ilmiah yang digunakan sebagai acuan analisis.

Dalam *The Structure of Scientific Revolution* (1962), paradigma menurut Thomas Kuhn adalah contoh praktik ilmiah aktual yang diterima oleh satu atau lebih komunitas ilmuwan, seperti hukum, teori, aplikasi, dan instrumen yang merupakan model yang diterima bersama dan menjadi sumber tradisi khusus dalam penelitian ilmiah. Menurut Ulya dan Abib (2015: 255), dari definisi Kuhn di atas dapat disimpulkan bahwa paradigma adalah bagian dari teori lama yang pernah digunakan oleh ilmuwan sebagai inspirasi dalam praktik ilmiah sebagai acuan riset terdahulu dan dipaparkan berdasarkan dari pengujian-pengujian dan interpretasi dari kaum ilmuwan berdasarkan metode ilmiah yang digunakan. Sehingga *output* paradigma dipakai sebagai keseluruhan manifestasi dari serangkaian keyakinan, hukum, teori, nilai, teknik, metode, dan lain-lain yang telah diakui bersama anggota masyarakat.

Menurut Kuhn, dalam paradigma penelitian ilmiah (*scientific research paradigm*) terdapat dua karakteristik yang menjadi substansinya, yakni: (1) menawarkan unsur baru tertentu yang menarik pengikut keluar dari persaingan metode kerja dalam kegiatan ilmiah sebelumnya; dan (2) menawarkan persoalan-persoalan baru yang masih terbuka dan belum terselesaikan (Ulya dan Abib, 2015: 255).

Menurut Harmon (1970), paradigma adalah cara mendasar untuk melakukan persepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas (Huit, 2018). Sementara Bogdan dan Biklen mendefinisikan paradigma adalah kumpulan longgar dari sejumlah asumsi, konsep, atau proposisi yang berhubungan secara logis, yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian (Mackenzie dan Knipe, 2006). Di sisi lain, Baker mendefinisikan paradigma sebagai seperangkat aturan yang: (a) membangun atau mendefinisikan batas-batas; dan (b) menjelaskan bagaimana sesuatu harus dilakukan dalam batas-batas itu agar memperoleh hasil yang lebih objektif dan maksimal (Moleong, 2004: 49).

Dalam perspektif atau sudut pandangan yang dinamis, Pritjof Capra dalam *The Web of Life: A New Understanding of Living Systems* (1996) mendefinisikan paradigma sebagai konstelasi konsep, nilai, persepsi, dan praktik yang dimiliki bersama oleh suatu komunitas, yang membentuk visi realitas tertentu yang menjadi dasar dari cara komunitas mengatur dirinya sendiri (Huit, 2018). Sementara Cohenn dan Manion membatasi paradigma sebagai tujuan atau motif filosofis pelaksanaan atau kerangka kerja suatu penelitian (Mackenzie dan Knipe, 2006). Bagi Dedy N. Hidayat (2002: 1999), paradigma membantu untuk

merumuskan apa yang harus dipelajari, suatu kesatuan konsensus terluas dalam suatu bidang ilmu pengetahuan, menyangkut aspek ontologi, epistemologi, metodologi, aksiologi, nilai, etika, tujuan penyelidikan, sifat pengetahuan, dan kualitas kriteria.

Menurut Yanuar Ikbar (2012), paradigma menggolongkan, mendefinisikan, dan menghubungkan antara teori, metode serta instrumen dalam satu kesatuan metodologis yang utuh. Artinya, paradigma—sebagai perspektif keilmuan—memiliki kedudukan atau posisi sentral untuk membantu peneliti dalam memahami cara atau teknik pengumpulan data, jenis data yang diperoleh, dan cara melaporkan data agar memenuhi kebaikan atau kualitas kriteria (*goodness or quality criteria*). Bagi Yoce Aliah Darma (2014: 165), paradigma adalah metode atau model pemikiran untuk memecahkan masalah ilmiah; atau bisa juga dikatakan sebagai norma ilmiah yang disepakati dalam kalangan tertentu. Sementara menurut Thomas R. Lindlof (1995: 29), paradigma—sebagai suatu mental *window* atau *world view* yang digunakan oleh suatu komunitas ilmuwan tertentu untuk mempelajari objek keilmuan mereka—mungkin bertolak-belakang satu sama lain dan sulit dipertemukan. Sebab, masing-masing paradigma memiliki asumsi-asumsi serta penjelasan mengenai realitas sosial tersendiri, yang sulit untuk dibandingkan satu per satu (*incommensurable*) berdasarkan sistem nilai tertentu.

Paradigma, pendekatan, dan perspektif oleh sejumlah penulis sering digunakan silih berganti untuk mengacu hal yang sama (Mulyana, 2001: 16-18). Paradigma bisa didefinisikan sebagai: “*a set of basic beliefs (or metaphysics) that deals with ultimates or first principles ... a world view that defines, for its holder, the nature of the “world” ...*” (Hasbiansyah, 2004: 201). Sementara menurut George Ritzer (2003: 6-7) paradigma adalah “pandangan mendasar dari ilmuwan tentang apa yang menjadi pokok persoalan yang semestinya dipelajari suatu cabang ilmu pengetahuan (*dicipline*).”

Namun demikian, menurut Dedy Nur Hidayat (2002: 204) perbedaan antar paradigma bisa ditelisik dari empat dimensi filsafat ilmu pengetahuan, yakni:

- a. Dimensi *epistemologis*, antara lain menyangkut asumsi mengenai hubungan antara peneliti dan yang diteliti dalam proses untuk memperoleh pengetahuan mengenai objek yang diteliti. Kesemuanya menyangkut teori pengetahuan (*theory of knowledge*) yang melekat dalam perspektif teori dan metodologi.

- b. Dimensi *ontologis*, berkaitan dengan asumsi mengenai objek atau realitas sosial yang diteliti.
- c. Dimensi *metodologis*, berisi asumsi-asumsi mengenai bagaimana cara memperoleh pengetahuan mengenai suatu objek pengetahuan.
- e. Dimensi *aksiologis*, berkaitan dengan *value judgement*, etika, dan pilihan moral peneliti dalam suatu penelitian.

**TABEL 1 Dimensi-dimensi Paradigma**  
(Egon G. Guba, *The Paradigm Dialog*, 1990)

Ontologi	Epistemologi	Metodologi
Asumsi tentang 'realitas'	Asumsi tentang hubungan antara peneliti dan yang diteliti	Asumsi metodologis tentang bagaimana peneliti memperoleh pengetahuan
<i>What is the nature of 'reality'?</i>	<i>What is the nature of the relationship between the inquirer and the knowable?</i>	<i>How should the inquirer go about finding out knowledge?</i>

Sumber: Diadaptasi dari Hidayat (2002) hlm. 202.

Sementara menurut pandangan Guba dan Lincoln (1994) mengajukan tipologi yang mencakup empat paradigma: (a) *positivism* (*postivism*); (b) *postpositivisme* (*postpositivism*); (c) teori kritis (*critical theories*), dan konstruktivisme (*constructivism*) tentu masing-masing dengan implikasi metodologi tersendiri. Tetapi sejumlah ilmuwan sosial lain melihat *positivism* dan *postpositivism* bisa disatukan dalam paradigma klasik (*classical paradigm*), karena dalam praktiknya implikasi metodologi keduanya tidak jauh berbeda. Karena itu, untuk kepentingan mempermudah bahasan tentang implikasi metodologi dari suatu paradigma, maka teori-teori dan penelitian ilmiah komunikasi, menurut Guba dan Lincoln (1994) cukup dikelompokkan ke dalam tiga paradigma saja, yakni: (a) klasik atau *classical paradigm* (mencakup *positivism* dan *postpositivism*); (2) kritis atau *critical paradigm*; dan (3) konstruktivisme atau *constructivism paradigm*.

**TABEL 2 Tiga Perspektif/Paradigma Ilmu Sosial**

Paradigma Klasik	Paradigma Konstruktivisme	Paradigma Kritis
Menempatkan ilmu sosial seperti halnya ilmu-ilmu alam dan fisika, dan sebagai metode yang terorganisir untuk mengkombinasikan <i>deductive logic</i> dengan pengamatan empiris, guna secara <i>probabilistic</i> menemukan—atau memperoleh—konfirmasi tentang hukum sebab-akibat yang bisa digunakan untuk memprediksi pola-pola umum gejala sosial tertentu.	Memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap <i>socially meaningful action</i> melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap pelaku sosial dalam <i>setting</i> keseharian yang alamiah, agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/mengelola dunia sosial mereka.	Mendefinisikan ilmu sosial sebagai suatu proses yang secara kritis berusaha mengungkap <i>'the real structures'</i> dibalik ilusi, <i>false needs</i> , yang dinampakkan dunia materi, dengan tujuan membantu membentuk suatu kesadaran sosial agar memperbaiki dan mengubah kondisi kehidupan manusia.

Sumber: Diadaptasi dari Hidayat (2002) hlm. 201.

Di sisi lain, Egon Guba (1994), Norman Denzin dan Yvonna Lincoln (1994) serta Michael Crotty (1998) secara simultan mengidentifikasi perbedaan antara paradigma klasik, kritis, dan konstruktivis mengacu pada empat elemen yang dimiliki dari setiap paradigma (terkait aspek epistemologi, ontologi, metodologi, dan aksiologi) yang merupakan rangkuman atau penyimpulan dari sejumlah kepustakaan yang mereka susun (Hidayat, 2002: 204-205), seperti terlihat pada tabel 3 berikut.

**TABEL 3 Perbedaan Aspek Ontologis, Epistemologis, Aksiologis, dan Metodologis**

Ontologis		
Klasik	Kritis	Konstruktivis
<i>Critical realism:</i> Ada realitas yang <i>'real'</i> yang diatur oleh kaidah-kaidah tertentu yang berlaku secara universal (kendati kebenaran pengetahuan mungkin hanya bisa diraih secara <i>probabilistic</i> ).	<i>Historical realism:</i> Realitas yang teramati merupakan <i>'realitas semu'</i> ( <i>virtual reality</i> ) yang telah terbentuk oleh proses sejarah dan kekuatan-kekuatan sosial, budaya, ekonomi, dan politik.	<i>Relativism:</i> Realitas merupakan konstruksi sosial, dimana kebenaran suatu realitas bersifat relatif, berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku/aktor sosial.

Epistemologis		
Klasik	Kritis	Konstruktivis
<p><i>Dualist/objectivist:</i></p> <p>Ada realitas objektif, sebagai suatu realitas yang <i>external</i> di luar diri peneliti; peneliti harus sejauh mungkin membuat jarak dengan objek penelitian.</p>	<p><i>Transactional/subjektivist:</i></p> <p>Hubungan peneliti dengan yang diteliti selalu dijumpai nilai-nilai tertentu; pemahaman tentang suatu realitas merupakan <i>value mediated findings</i>.</p>	<p><i>Transactional/subjektivist:</i></p> <p>Pemahaman suatu realitas, atau temuan suatu penelitian (<i>fact finding</i>) merupakan produk interaksi antara peneliti dengan yang diteliti.</p>
Aksiologis		
Klasik	Kritis	Konstruktivis
<p><i>Observer:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nilai, etika dan pilihan moral harus berada di luar proses penelitian.</li> <li>■ Peneliti berperan sebagai <i>disinterested scientist</i>.</li> <li>■ Tujuan penelitian: Eksplanasi, prediksi dan kontrol realitas sosial.</li> </ul>	<p><i>Activist:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nilai, etika dan pilihan moral merupakan bagian tak terpisahkan dari penelitian.</li> <li>■ Peneliti menempatkan diri sebagai <i>transformative intellectual</i>, advokat, dan aktivis.</li> <li>■ Tujuan penelitian: kritik sosial, transformasi, emansipasi dan <i>social empowerment</i>.</li> </ul>	<p><i>Facilitator:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nilai, etika dan pilihan moral merupakan bagian tak terpisahkan dari penelitian.</li> <li>■ Peneliti sebagai <i>passionate, participant</i>, dan <i>facilitator</i> yang menjembatani keragaman subjektivitas pelaku sosial.</li> <li>■ Tujuan penelitian: rekonstruksi realitas sosial secara dialektis antara peneliti dan yang diteliti</li> </ul>
Metodologis		
Klasik	Kritis	Konstruktivis
<p><i>Interventionist:</i></p> <p>Pengujian hipotesis dalam struktur <i>hypothetico-deductive method</i>; melalui laboratorium eksperimen atau survey eksplanatif, dengan analisis kuantitatif.</p> <p><i>Kriteria kualitas penelitian:</i></p> <p>Objectivitas, reliabilitas dan validitas (<i>internal</i> dan <i>external validity</i>).</p>	<p><i>Participative:</i></p> <p>Mengutamakan analisis komprehensif, kontekstual, dan <i>multi-level analysis</i> yang bisa dilakukan melalui penempatan diri sebagai aktivis/partisipan dalam proses transformasi sosial.</p> <p><i>Kriteria kualitas penelitian:</i></p> <p><i>Historical situatedness</i>: sejauh mana penelitian menimbang konteks historis, sosial, budaya, ekonomi, dan politik.</p>	<p><i>Reflective/Dialectical:</i></p> <p>Menekankan empati, dan interaksi dialektis antara peneliti-responden untuk merekonstruksi realitas yang diteliti, melalui metode-metode kualitatif, seperti <i>participant observation</i>.</p> <p><i>Kriteria kualitas penelitian:</i></p> <p><i>Authenticity</i> dan <i>reflectivity</i>: Sejauh mana temuan merupakan refleksi otentik dari realitas yang dihayati oleh para pelaku sosial.</p>

Sumber: Diadaptasi dari Hidayat (2004) hlm. 205.

Dari penjelasan sebagaimana dijelaskan oleh para ahli di atas, paradigma dalam ilmu komunikasi juga terus berkembang. Erliana Diamastusi (2012: 66-72) misalnya mencoba untuk menggambarkan paradigma yang ada dalam 4 (empat) paradigma sesuai dengan paradigma yang diungkapkan para peneliti sebelumnya, yaitu paradigma positivis/objektifis/fungsionalis, paradigma interpretif/konstruktifis, paradigma kritis, dan paradigma terbaru, yakni paradigma postmodernisme.

a. Paradigma Positivis/Objektifis/Fungsionalis

Paradigma ini muncul pada abad ke 19 yang dimunculkan oleh August Comte (1830-1842), kemudian dikembangkan oleh Emile Durkheim (1859) yang menjadi rujukan para penganut positivisme dalam bidang kajian ilmu sosial. Paradigma positivisme/fungsionalis adalah paradigma yang muncul paling awal dalam dunia ilmu pengetahuan. Kepercayaan dalam pandangan ini berakar pada paham '*ontology realism*' yang menyatakan bahwa realitas berada dalam kenyataan dan berjalan sesuai dengan hukum alam. Riset/kajian dalam paradigma ini berusaha untuk mengungkap kebenaran dari realitas yang ada dan bagaimana realitas tersebut berjalan sesuai dengan kenyataannya. Paradigma ini memiliki perspektif yang didasarkan pada sosiologi regulasi dengan pendekatan objektif dan cenderung mengasumsikan dunia sosial sebagai produk empiris yang sangat nyata serta memiliki hubungan satu dengan yang lainnya (sebab-akibat; kausalitas).

Paradigma positivis/fungsionalis ini telah ratusan tahun menjadi pedoman bagi ilmuwan dalam mengungkapkan kebenaran realitas. Kebenaran tersebut tidak merupakan kebenaran yang mutlak karena harus diuji terlebih dahulu berdasarkan beberapa faktor empiris untuk menjustifikasi kebenaran realitas yang ada pada saat itu. Dalam paradigma ini, objek ilmu pengetahuan dan pernyataan pengetahuan harus memenuhi beberapa syarat yaitu harus dapat diamati (*observable*), dapat diulang (*repeatable*), dapat diukur (*measurable*), dapat diuji (*testable*), dan dapat diramalkan (*predictable*) (Kerlinger, 1973).

Paradigma ini memiliki pendekatan yang berusaha untuk menjelaskan hubungan sosial dengan pemikiran yang rasional, dengan orientasi yang pragmatik berkaitan dengan pengetahuan tepat guna dan mengedepankan regulasi yang efektif serta pengendalian hubungan sosial. Pendekatan ini cenderung mengartikulasikan dunia sebagai dunia artefak empiris dan hubungan yang ada dapat diidentifikasi dan diukur dengan ilmu natural seperti



biologi dan mekanik. Paradigma ini di dasarkan pada norma rasionalitas purposif (Burrell dan Morgan, 1979).

Paradigma positivist/fungsionalis melihat teori dalam penelitian sebagai dogma atau doktrin karena itu dalam mengembangkan penelitiannya selalu didasarkan pada logika deduktif, aksioma, standart dan hukum, selain dari itu bukanlah sebuah teori dan menempatkan hipotesis sebagai fakta atau hukum. Peran dari akal menurut positivist/fungsionalis adalah semua yang ada di dasarkan pada akal, demikian pula dengan kebenaran. Kebenaran menurut positivist adalah segala sesuatu yang dapat diterima oleh akal sehat walaupun jumlahnya hanya sedikit.

Positivist/fungsionalis selalu menekankan pada generalisasi untuk memberikan kekuatan akumulasi pengetahuan atas fenomena sebab akibat. Serta penjelasan keilmuannya selalu berdasarkan pada angka yang mengandung kepastian sehingga tidak bisa ditolak. Bagi pendukung paradigma ini penjelasan dan deskripsi adalah hubungan antara logika, data dan hukum atau mungkin standart yang diperoleh. Bukti yang dihasilkan adalah bukti yang didasarkan pada pengamatan yang tepat dan dapat diulang kembali atau mungkin digeneralisasi. Sedangkan nilai yang ada dalam paradigma positivist selalu bersifat konvensional, yaitu bersifat keras, menekan, memaksa, dan reduksionis. Kebenaran ilmiah (*claim of truth*) menjadi sesuatu yang berada di dalam (*inside*) maupun di luar (*outside*) yang harus bersifat objektif dan bebas nilai (*value free*), dimana kedudukan peneliti dalam paradigma ini terbebas dari berbagai kepentingan yang bersifat bias dan subjektif.

#### b. Paradigma Interpretif/Konstruktivis

Paradigma interpretif atau juga biasa disebut paradigma konstruktivis muncul akibat ketidakpuasan terhadap pandangan kaum positivist/objektivist/fungsionalis khususnya mengenai realitas, karena menurut kaum *intrepretivist* realitas sosial adalah yang dapat dikonstruksi oleh individu yang terlibat dalam situasi penelitian, sehingga paradigma ini menolak tiga prinsip dasar yang dianut oleh paradigma positivist/objektivist/fungsionalis, dimana: (1) ilmu merupakan usaha sistematis untuk mengungkap realitas (secara objektif); (2) hubungan subjek dan objek harus dapat digambarkan secara kausalitas; (3) hasil temuan harus dapat dikuantifikasi dan digeneralisasi; (4) fenomena yang akan diteliti harus dapat di observasi, diukur, dan dieksplanasi dengan menyertakan indikator dan variabel/konsep yang relevan.

Menurut Chua (1969), paradigma interpretif lebih menekankan pada peranan bahasa, interpretasi dan pemahaman akan makna dari realitas. Sementara menurut Burel dan Morgan (1979) paradigma interpretif menggunakan cara pandang para nominalis dari paham nominalisme yang melihat realitas sosial sebagai suatu yang tidak lain adalah label, nama, konsep yang digunakan untuk membangun realitas. Dalam paradigma interpretif (atau konstruktivis), secara ontologi melihat realitas bersifat sosial, karena itu selalu menghasilkan realitas majemuk di dalam masyarakat. Mereka menganggap bahwa realitas tidak dapat diungkapkan secara jelas dengan satu kali pengamatan dan pengukuran oleh sebuah ilmu pengetahuan. Keberadaan realitas merupakan seperangkat bangunan yang kokoh dan menyeluruh serta memiliki makna yang bersifat kontekstual dan dialektis. Paradigma ini memandang suatu fenomena alam atau sosial dengan prinsip relativitas, sehingga penciptaan ilmu yang diekspresikan dalam teori bersifat relatif, lokal, dan spesifik.

Dari sisi epistemologi, hubungan antara peneliti dengan objek (penelitian) bersifat interaktif (tidak dibatasi jarak yang ketat). Peneliti bisa melakukan pengamatan langsung terhadap aktor sosial dalam *setting* yang alamiah agar dapat memahami dan menafsirkan bagaimana aktor sosial menciptakan dan memelihara dunia sosial yang dibangunnya. Peneliti berbasis paradigma interpretif memiliki kebebasan melakukan segala aktivitas ilmiahnya tanpa harus takut pada hukum, standar, norma ilmiah (seperti berlaku pada paradigma objektivis), sepanjang apa yang dimaknai peneliti interpretif sesuai dengan realitas yang diamati. Realitas sosial yang ada dapat dirumuskan dengan memperhatikan gejala atau relasi yang ada di antara keduanya yang hasilnya bersifat subjektif (tidak bersifat bebas nilai/*not value free* seperti dianut oleh paradigma positivis/objektivis) (Diamastusi, 2012: 67).

Sementara dari sisi metodologi, penelitian harus dilakukan di lapangan atau alam bebas (*field*) dan dapat secara wajar dalam mengungkap fenomena yang ada secara keseluruhan tanpa adanya campur tangan dari peneliti sehingga lebih bersifat alamiah. Teori tumbuh karena adanya fakta di lapangan yang sudah diamati dengan melihat interaksi tersebut, sehingga teori atau hipotesis tidak perlu dibuat sebelumnya seperti pada paradigma objektivis/positivis/fungsionalis. Pengumpulan data dilakukan melalui proses dialog dengan aktor sosial untuk memaknai realitas sosial yang ada dan lebih memfokuskan pada konstruksi, rekonstruksi dan elaborasi dalam suatu proses sosial (Diamastusi, 2012: 68).

### c. Paradigma Kritis

Paradigma Kritis lahir akibat ketidakpuasan intelektual dari paradigma fungsionalis/positivisme dan paradigma konstruktivis/interpretivis. Pada paradigma fungsionalis dilandasi dengan pemikiran yang dimulai dengan *swift epistemology*, dari epistemologi deduktif platonik menjadi epistemologi induktif-empirik Aristotelian. Reaksi epistemologi ini lahir dari penolakan kebenaran yang bersifat spekulatif dan jauh dari maksud yang sebenarnya dalam proses pencarian kebenaran ilmiah (*claim of truth*) (Hidayat, 2009).

Paradigma kritis lahir tidak lepas dari sumbangsih besar Institut Penelitian Sosial di Kota Frankfurt (*Institut für Sozialforschung*) yang berdiri pada tahun 1923, dengan tokoh-tokoh utama generasi pertamanya, seperti Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Leo Lowenthal, Walter Benjamin, Georg Lukacs, Antonio Gramsci, Karl Korsch, Ernst Bloch, Leszek Kolakowski, dan Adam Schaff. Dalam aliran filsafat abad ke-20, teori kritis, secara klasifikatif dapat digolongkan pada kelompok/aliran Neo Marxis (yang mengklaim dirinya sebagai pewaris tradisi 'Marxisme kritis,' yang menolak reduksi dan dogmatisme ajaran Karl Marx oleh Friederich Engels). Meski demikian, dalam konteks perdebatan filosofis, tidak sedikit pihak yang menganggap bahwa teori kritis (yang mendasari paradigma kritis atau aliran *critical*) adalah teori yang tak lagi original Marxis (Wuryanta, 2018).

Tokoh psikoanalisis Erich Fromm dan Sigmund Freud juga dikenal sebagai generasi pertama teori-teori kritis (*critical theory*). Generasi kedua teori kritis, antara lain Jurgen Habermas. Karya pikir Habermas dengan jelas menunjukkan perbedaan epistemologis yang cukup mendasar dibanding konsepsi yang dimiliki para pendahulunya, meski ia tetap mempertahankan tradisi serta cirinya sebagai bagian dari teori kritis. Sementara itu, generasi ketiga teori kritis merujuk pada para pemikir, seperti Axel Honeth, Jacques Lacan (psikoanalisis), Roland Barthes dan Stuart Hall (semiotik dan linguistik), Peter Golding, Janet Wasko, Noam Chomsky, Douglas Kellner (ekonomi-politik media), hingga Julia Kristeva, Sandra Harding, dan Hillary Rose (feminisme), Alan Freeman dan Richard Delgado (etnisitas dan ras), postkolonialisme (Edward Said, Hamza Alavi), dan hubungan internasional (Robert Cox, Andrew Linklater) (Hidayat, 2009; Sudiar dan Yuniarti, 2017: 77-84).

Berbeda dengan teori tradisional yang berbasis pada pandangan objektivis-fungsional dan hanya berorientasi untuk menjelaskan suatu hal yang objektif, teori kritis adalah teori sosial berorientasi pada kritik sosial untuk mengubah

masyarakat secara keseluruhan. Menurut Horkheimer, ia ingin membedakan teori kritis sebagai teori emansipatoris radikal yang bersumber dari gagasan awal Marx, yang bertujuan untuk mengkritisi model ilmu pengetahuan positivisme logis dan hadirnya otoritarianisme politik dari Marxisme ortodoks dan Komunisme (Hardiman, 2009).

Konsep inti teori kritis antara lain: (1) bahwa teori sosial kritis harus diarahkan pada totalitas masyarakat dalam kekhususan sejarah (yaitu bagaimana ia datang untuk dikonfigurasi pada titik spesifik di waktu tertentu); dan (2) bahwa teori kritis harus meningkatkan pemahaman tentang masyarakat dengan mengintegrasikan semua ilmu-ilmu sosial utama, termasuk geografi, ekonomi, sosiologi, sejarah, ilmu politik, antropologi, dan psikologi. Sementara gagasan utama teori kritis dapat diringkas dalam tabel 4 berikut.

**TABEL 4 Gagasan Utama Paradigma Kritis**

<b>Ontologi</b>	<i>Historical realism</i> : Realitas 'semu' ( <i>artificial</i> ) atau 'realitas semu' ( <i>virtual reality</i> ) yang telah terbentuk oleh proses sejarah dan kekuatan sosial, budaya, politik, ekonomi, dan sebagainya.
<b>Epistemologi</b>	<i>Transactionalist/subjectivist</i> : Hubungan peneliti dengan yang diteliti selalu dijumpai nilai tertentu. Pemahaman suatu realitas merupakan <i>value mediated findings</i>
<b>Aksiologi</b>	<i>Activist</i> : Nilai, etika, moral bagian yang tidak terpisahkan dari penelitian. Peneliti menempatkan diri sebagai <i>transformative intellectual</i> , advokat dan aktivis.
<b>Tujuan Penelitian</b>	Kritik sosial ( <i>social critique</i> ), transformasi ( <i>transformation</i> ), emansipasi ( <i>emancipation</i> ), dan penguatan sosial ( <i>social empowerment</i> ).

Sumber: Diadaptasi dari Antan Nur (2017) hlm. 13.

**TABEL 5 Orientasi dan Konsep Sentral Teori Kritis**

<p><i>Totalitas</i>: gagasan bahwa pemahaman apa pun tentang masyarakat harus mencakup dalam keseluruhan dunia objektif dan subjektif yang memberi karakteristik untuk jangka waktu tertentu. Totalitas mencakup segalanya, tidak memiliki batas. Pemahaman tentang totalitas ini harus menjadi pemahaman tentang unsur-unsurnya, ketika keseluruhan/totalitas itu mendominasi bagian-bagian dalam seluruh cakupannya.</p>
<p><i>Kesadaran</i>: kekuatan yang secara efektif menciptakan dan menopang dunia sosial. Kesadaran (secara objektif) dibangun secara internal namun dipengaruhi oleh bentuk-bentuk yang diasumsikan melalui proses objektivitas dan dialektika antara dunia objektif dan subjektif.</p>
<p><i>Keterasingan</i>: keadaan dimana—dalam totalitas tertentu—keterjepitan kognisi muncul di antara kesadaran seseorang dan dunia objektif, maka orang tersebut harus melihat apa hal yang esensial dari penciptaan kesadarannya sendiri dalam kekerasan, dominasi, realitas eksternal. Keterjepitan atau himpitan ini adalah himpitan yang disebabkan alienasi (dan marjinalisasi), yang menceraub akar eksistensi manusia dari dirinya sendiri yang sejati; yang menghambat pemenuhan potensialitas dirinya sebagai manusia.</p>
<p><i>Kritik</i>: dalam kritik mereka tentang masyarakat kontemporer, teori kritis memfokuskan diri pada bentuk dan sumber-sumber keterasingan (alienasi) diri, yang mereka lihat sebagai penghambat kemungkinan pemenuhan eksistensi manusia sejati. Beragam perangkat analisis kritis ini mendekati objek-objek kritik paradigma modernitas dengan jalan refleksi kritis dan filosofis pada beragam tingkat generalisasi.</p>

Sumber: Disarikan dari Raymond Geuss (1981).

d. Paradigma Postmodernis

Paradigma postmodernisme muncul akibat berbagai kelemahan yang muncul dari paradigma positivis, interpretif dan kritis serta perkembangan teknologi yang sangat pesat dan kian canggih. Postmodern mengeritik tajam paradigma modernitas yang cenderung reduksionis: menihilkan berbagai fenomena faktual global kemiskinan, penindasan, dan kekerasan sebagai kisah inferior (cerita kecil, *small narrative*), namun menempatkan kisah superior. Karena dalam modernitas, realitas cenderung direduksi atau disimplikasi supaya bisa dikuasai. Pusat perhatian postmodernis adalah proses yang artinya bahwa ada yang sedang terjadi dan perlu diinvestigasi dengan cara yang relevan. Suatu aspek yang mendasar dari paradigma postmodern adalah bangkitnya suatu fakta bahwa kosmologi kita, pandangan dunia kita (*world view*) secara pasti menentukan etika dan cara hidup kita.

Pencetus awal gagasan postmodernis adalah Arnold Toynbee melalui karyanya *Studi of History* (1939). Namun, Charles Jencks (1994) menegaskan konsep postmodernis lahir dari tulisan orang Spanyol bernama Frederico de Onis (*Antologia de La Poesia Espanola e Hispano Americana*, 1934). Dalam tulisannya itu, Onis banyak menyinggung reaksi negatif terhadap 'proyek modernisme.'

Jean Francois Lyotard seorang pencetus lain, dalam *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge* (1970), menyebut istilah 'postmodernisme' secara khas sebagai segala cerita, kisah atau narasi besar (*grand narrative*) yang menjadi strategi intelektual untuk mengklaim bahwa ada prinsip kebenaran, kesejahteraan, makna kehidupan dan moral yang bersifat universal dan tunggal. Postmodernisme menolak seluruh klaim *grand narrative* modernisme; dan mengganti—serta memberi ruang lebih luas dan spesifik— pada 'narasi-narasi kecil' (*small narrative*) dengan segala subjektivitasnya, seperti nilai, norma, spiritualitas, mitos, ideologi, dan seterusnya. Ringkasnya, Lyotard mengartikan postmodernisme sebagai segala bentuk kritik atas pengetahuan universal, tradisi metafisik, fondasionalisme, dan narasi modernisme (Maksum, 2014: 305-306).

Atas dasar ketidakpuasan terhadap klaim-klaim intelektual paradigma modernisme yang reduksionis, Lyotard dan para pemikir postmodernisme menghadirkan sebuah gagasan baru dalam rangka melakukan dekonstruksi terhadap paradigma ilmu pengetahuan, sebagai sebuah upaya korektif sekaligus mencari paradigma yang baru. Postmodernisme seperti yang dikatakan oleh Derrida dan Lyotard, merupakan anti tesis dari modernisme. Hampir semua istilah/*term* yang digunakan postmodernisme adalah antonim dari modernisme (Maksum, 2014: 348). Kelahiran postmodernisme membuat berbagai istilah baru/*term* yang membedakan dengan paham modernisme. Berikut ini beberapa istilah/*term* yang digunakan oleh aliran modernisme dan postmodernisme atau pembeda antara keduanya:

**TABEL 6 Dikotomi Modernisme Vs Postmodernisme**

Term Modernisme	Term Postmodernisme
Sentralisasi	Desentralisasi
Pertarungan kelas	Pertarungan etnis
Konstruksi	Dekonstruksi
Kultur	Sub-kultur
Hermeneutis	Nihilisme
Budaya tinggi	Budaya rendah
Hierarchy	Anarchy
Industri	Postindustri
Teori	Paradigma
Kekuatan negara	Kekuatan bersama
Agama	Sekte/aliran lokal
Legitimasi	Delegitimasi
Konsensus	Dekonsensus
Budaya tradisional	Liberalisme
Kontinuitas	Diskontinuitas

Sumber: Diadaptasi dari Setiawan dan Sudrajat (2018) hlm. 30.

Foucault salah satu tokoh postmodernisme, menyebut beberapa kecenderungan postmodernisme, seperti (Diamastusi, 2012: 70-71):

1. Kecenderungan menganggap segala klaim tentang 'realitas' (seperti subjek diri, sejarah, politik, budaya, agama, dan seterusnya) sebagai konstruksi semiotis, artifisial, dan ideologis.
2. Bersikap skeptis terhadap segala bentuk keyakinan tentang 'substansi' objektif (meski tidak selalu menentang konsep tentang universalitas).
3. Realitas bisa ditangkap dan dikelola dengan banyak cara dan sistem (pluralisme).
4. Paham tentang 'sistem' sendiri dengan konotasi otonom dan tertutupnya cenderung dianggap kurang relevan, diganti dengan 'jaringan,' 'relasionalitas' ataupun 'proses' yang senantiasa saling-silang dan bergerak dinamis.
5. Dengan begitu cara pandang yang melihat segala sesuatu dan sudut *oposisi binner* pun (*either-or*) dianggap tak lagi memuaskan; segala unsur ikut saling menentukan dalam interaksi jaringan dan proses (maka istilah postmodernisme sendiri pun mesti kita fahami dalam interelasinya dengan modernisme, tak hanya sebatas ide/gagasan oposisi).
6. Melihat secara holistik berbagai kemampuan (*faculties*) lain selain rasionalitas, misalnya: emosi, imajinasi, intuisi, spiritualitas, dan sebagainya.
7. Menghargai segala hal 'lain' (*otherness*), yang lebih luas, yang selama ini tidak dibahas atau bahkan dipinggirkan oleh wacana modern (seperti kaum perempuan, tradisi-tradisi lokal, agama/keyakinan lokal, yang selama ini dianggap sebagai 'tahayul,' 'mistis,' dan 'irasional' oleh paradigma positivis-objektivis).

Ciri sosial postmodernisme adalah penekanannya pada hubungan internal, organisme, dan kreativitas yang menyatakan pikiran manusia akan berusaha untuk mengatasi mekanisme yang menjadikan manusia sebagai mesin (*robot*, dalam istilah Herbert Marcuse), dan menjadikan manusia berakal-budi sebagai sosok yang bertindak partisipatif-emansipatorik. Postmodernisme juga menolak ide/gagasan materialisme yang mendasari segala bentuk kebijakan yang bersumber dari ideologi kapitalisme. Ditelisik dari sisi filsafat ilmu, postmodernisme secara ontologis memandang realitas secara subjektif dan beragam yang dapat dilihat oleh partisipan pada suatu penelitian. Ditelisik dari asumsi epistemologi, postmodernisme melihat peneliti sebagai aktor aktif yang berinteraksi secara dialogis dengan objek yang diteliti. Sementara

secara metodologi, postmodernisme menekankan pada akurasi (*accuracy*) dan reliabilitas (*reliability*) melalui verifikasi dan diskursus logis (*logical discourse*). Dalam sisi aksiologi, postmodernisme ini lebih menekankan pada peran nilai (*role of value*) dalam riset, dimana peneliti bisa membawa nilai-nilai sosial untuk menjustifikasi fenomena yang diteliti/diinvestigasi (Diamastusi, 2012: 702).

Mengacu pada khasanah definisi paradigma sebagaimana telah dikemukakan para ahli di atas, dapat kita simpulkan bahwa paradigma adalah suatu instrumen ilmiah penting dalam perkembangan ilmu sosial (termasuk ilmu komunikasi), karena di dalam paradigma terkandung konsep, metode, kaidah-kaidah, dan aturan-aturan ilmiah (*scientific norm*) yang menjadi patokan kerja (*pattern of work*) atau suatu kerangka kerja (*frame of work*) dalam pelaksanaan riset, kajian atau studi ilmiah.

## 2. Pendekatan

Terkait dengan berbagai pendekatan yang berlaku dalam ilmu komunikasi, menurut Littlejohn, dalam bukun klasiknya *Theories of Human Communication* (diterbitkan dalam beberapa edisi mulai dari edisi tahun 1989 sampai edisi tahun 2002, termasuk dalam edisi kesembilan tahun 2009 yang ditulis bersama Karen A. Foss (telah diterjemahkan oleh Penerbit Salemba Humanika), secara umum dunia masyarakat ilmiah menurut cara pandang serta objek pokok pengamatannya dapat dibagi dalam 3 (tiga) kelompok atau aliran pendekatan (*approach of science*). Ketiga kelompok aliran pendekatan tersebut adalah: (1) pendekatan *scientific* (ilmiah-empiris); (2) pendekatan *humanistic* (humaniora interpretatif); dan (3) pendekatan *social sciences* (ilmu-ilmu sosial).

### 1. Pendekatan *Scientific*

Aliran pendekatan *scientific* umumnya berlaku di kalangan para ahli ilmu-ilmu eksakta (seperti fisika, biologi, kedokteran, matematika, dan lain-lain). Menurut pandangan aliran ini, ilmu harus mengacu pada prinsip objektivitas, yakni penekanan pada prinsip observasi dan konsistensi. Landasan filosofisnya adalah bahwa dunia ini pada dasarnya mempunyai bentuk dan struktur. Secara individual para peneliti boleh jadi berbeda pandangannya satu sama lain tentang bagaimana rupa atau macam dari bentuk dan struktur tersebut. Namun, apabila peneliti melakukan penelitian terhadap suatu fenomena dengan menggunakan metode yang sama maka akan dihasilkan temuan yang sama. Inilah hakikat dari objektivitas dalam konteks standarisasi observasi dan konsistensi (Sendjaja, 2005).



Ciri utama lainnya dari kelompok pendekatan ini adalah adanya pemisahan yang tegas antara *known* (objek atau hal yang ingin diketahui dan diteliti) dan *knower* (subjek pelaku/pencari pengetahuan atau pengamat). Salah satu bentuk metode penelitian yang lazim dilakukan adalah metode eksperimen (*experiment method*). Melalui metode ini, si peneliti secara sengaja melakukan suatu percobaan terhadap objek yang ditelitinya. Tujuan penelitian lazimnya diarahkan pada upaya mengukur ada tidaknya pengaruh atau hubungan sebab-akibat di antara dua variabel atau lebih, dengan mengontrol pengaruh dari variabel lain. Prosedur yang umum dilakukan adalah dengan cara memberikan atau mengadakan suatu perlakuan khusus kepada objek yang diteliti serta meneliti dampak dan pengaruhnya (Sendjaja, 2005). Sebagai contoh: lima ekor tikus diberikan suntikan anti biotik *amoxylin*, sementara lima ekor tikus lainnya (yang punya ciri yang sama) tidak diberi suntikan anti biotik *amoxylin*. Setelah kurun waktu tertentu (misalnya setelah 1 bulan, 3 bulan, dan seterusnya), kemudian dibandingkan ada tidaknya perbedaan di antara kedua kelompok lima ekor tikus tersebut. Jika terdapat perbedaan, maka dapat disimpulkan bahwa perbedaan tersebut terjadi karena ada pengaruh dari suntikan anti biotik *amoxylin* tersebut.

## 2. Pendekatan *Humanistic*

Apabila aliran pendekatan *scientific* mengutamakan prinsip objektivitas (*the principles of objectivity*) maka kelompok pendekatan *humanistic* mengasosiasikan ilmu dengan prinsip subjektivitas (*the principles of subjectivity*). Perbedaan-perbedaan pokok antara kedua aliran pendekatan ini antara lain sebagai berikut (Sendjaja, 2005).

- a. Bagi aliran pendekatan *scientific*, ilmu bertujuan untuk menstandarisasikan observasi, sementara aliran *humanistic* mengutamakan kreativitas individual.
- b. Aliran *scientific* berpandangan bahwa tujuan ilmu adalah mengurangi perbedaan-perbedaan pandangan tentang hasil pengamatan, sementara aliran *humanistic* bertujuan untuk memahami tanggapan dan hasil temuan subjektif individual.
- c. Aliran *scientific* memandang ilmu pengetahuan sebagai sesuatu yang berada di sana (*out there*), di luar diri pengamat/peneliti. Sementara aliran *humanistic* melihat ilmu pengetahuannya sebagai sesuatu yang berada di sini (*in here*), dalam arti berada dalam diri (berupa gagasan, interpretasi) selaku pengamat/peneliti.
- d. Aliran *scientific* memfokuskan perhatiannya pada dunia hasil penemuan

(*discovered world*), sedangkan aliran *humanistic* menitikberatkan perhatiannya pada dunia para penemunya (*discovering person*).

- e. Aliran *scientific* berupaya memperoleh konsensus, sementara aliran *humanistic* mengutamakan interpretasi-interpretasi atau bentuk-bentuk pemaknaan alternatif terhadap fenomena, objek atau realitas yang ditelitinya (*alternative meaning*).
- f. Aliran *scientific* membuat pemisahan yang tegas antara *known* dan *knower*, sedangkan aliran *humanistic* cenderung tidak memisahkan kedua hal tersebut.

Dalam konteks ilmu-ilmu sosial, salah satu bentuk metode penelitian yang lazim dipergunakan dari aliran *humanistic* ini adalah 'partisipasi observasi.' Melalui metode partisipasi observasi ini, ketika seorang peneliti mengamati sikap dan perilaku dari orang-orang yang ditelitinya, ia akan membaur dan melibatkan diri secara aktif dalam kehidupan orang-orang yang ditelitinya (*live in, partisipatoris*). Misalnya: peneliti (partisipasi observasi) akan bergaul dan tinggal di rumah orang-orang tersebut, serta ikut serta dalam aktivitas sehari-hari mereka dalam kurun waktu tertentu (1 minggu, 1 bulan, dan seterusnya). Interpretasi atas sikap dan perilaku dari orang-orang yang ditelitinya, tidak hanya didasarkan atas informasi yang diperoleh melalui hasil wawancara atau tanya jawab dengan orang-orang yang ditelitinya, tetapi juga atas dasar pengamatan langsung dan pengalaman berinteraksi dengan mereka (Sendjaja, 2005).

Pandangan klasik dari aliran *humanistic* adalah bahwa cara pandang seseorang tentang sesuatu hal akan menentukan penggambaran dan uraiannya tentang hal tersebut. Karena sifatnya yang subjektif dan interpretatif maka pendekatan aliran *humanistic* ini lazimnya cocok diterapkan untuk mengkaji persoalan-persoalan yang menyangkut sistem nilai, kesenian, kebudayaan, sejarah, dan pengalaman pribadi (Sendjaja, 2005).

### 3. Pendekatan Proses *Scientific*

Kelompok aliran yang ketiga adalah pendekatan khusus ilmu pengetahuan sosial (*social sciences*). Pendekatan yang diterapkan oleh para pendukung kelompok aliran ini pada dasarnya merupakan gabungan atau kombinasi dari pendekatan-pendekatan aliran *scientific* dan *humanistic*. Dalam banyak hal, pendekatan ilmu sosial merupakan perpanjangan atau perluasan (*extension*) dari pendekatan ilmu alam (*natural science*) karena beberapa metode yang

diterapkan banyak diantaranya yang diambil dari ilmu-ilmu alam, seperti fisika dan matematika. Namun, metode-metode pendekatan aliran *humanistic* juga diterapkan (Sendjaja, 2005).

Dipergunakannya dua pendekatan *scientific* dan *humanistic* yang masing-masing berbeda prinsip ini adalah yang menjadi objek studi dalam ilmu pengetahuan sosial adalah kehidupan manusia. Untuk memahami tingkah laku manusia diperlukan pengamatan yang cermat dan akurat. Untuk ini jelas bahwa pengamatan harus dilakukan seobjektif mungkin agar hasilnya dapat berlaku umum tidak bersifat kasus. Dengan kata lain, para ahli ilmu sosial, seperti halnya para ahli ilmu alam (*natural science*), harus mampu mencapai kesepakatan atau konsensus mengenai hasil temuan pengamatannya, meskipun kesepakatan/konsensus yang dicapai tersebut sifatnya 'relatif' dalam arti dibatasi oleh faktor-faktor waktu, situasi, dan kondisi tertentu. Di samping faktor objektivitas, ilmu pengetahuan sosial juga mengutamakan faktor penjelasan dan interpretasi (Sendjaja, 2005).

Hal ini disebabkan oleh manusia yang jadi objek pengamatan adalah makhluk yang aktif, memiliki daya pikir, berpengetahuan, memegang prinsip dan nilai-nilai tertentu, serta sikap tindaknya dapat berubah sewaktu-waktu. Oleh karena itulah maka interpretasi subjektif terhadap kondisi-kondisi spesifik tingkah laku manusia yang jadi objek pengamatan juga diperlukan guna menangkap makna dari tingkah laku tersebut. Seringkali perbuatan seseorang bersifat 'semu' (karitatif), dalam arti tidak mencerminkan keinginan hati yang sebenarnya atau suasana batin yang sesungguhnya dari orang tersebut (Sendjaja, 2005).

Interpretasi dan penjelasan juga diperlukan karena meskipun berdasarkan ciri-ciri biologis, sosial, atau ciri-ciri lainnya manusia dapat dibagi dalam beberapa kelompok dengan kategori-kategori tertentu, tidak berarti bahwa masing-masing baik secara individual ataupun kelompok akan memiliki persamaan dalam hal sikap dan perilakunya. Sebagai contoh, misalnya: 3 (tiga) orang (si A, si B, dan si C) semuanya memiliki bentuk-bentuk karakteristik individual yang sama, yakni semuanya wanita, semuanya bekerja sebagai guru sekolah dasar, dan semuanya berpendidikan tamatan SLTA. Namun demikian, ketiga orang tersebut boleh jadi masing-masing akan memiliki perbedaan satu sama lainnya mengenai sikap dan perilakunya tentang suatu hal (Sendjaja, 2005).

Dalam perkembangan selanjutnya, pendekatan ilmu pengetahuan sosial ini kemudian secara umum terbagi lagi dalam dua kubu, yakni: (a) kubu ilmu pengetahuan tingkah laku (*behavioral science*) versus (b) kubu ilmu pengetahuan

sosial (*social science*). Kubu pertama (*behavioral science*) umumnya menekankan kajiannya pada tingkah laku individual manusia, sedangkan kubu yang kedua pada interaksi antarmanusia (*humanistic science*). Perbedaan antara kedua kubu tersebut pada dasarnya hanya menyangkut aspek masalah yang diamati dan sudut pandang yang digunakan, sementara objek pengamatan (*focus of study*)nya relatif sama (Sendjaja, 2005).

Bidang kajian ilmu komunikasi sebagai salah satu ilmu pengetahuan sosial, pada dasarnya difokuskan pada pemahaman tentang tingkah laku manusia dalam menciptakan, mempertukarkan, dan menginterpretasikan pesan-pesan (*message interpretation*) untuk tujuan tertentu. Namun, dengan adanya dua pendekatan, yakni pendekatan *scientific* dan *humanistic* yang diterapkan telah berdampak pada munculnya dua kelompok masyarakat ilmuwan komunikasi yang berbeda, baik dalam spesifikasi objek permasalahan yang diamati (atau menjadi fokus telaah)nya, maupun dalam hal aspek metodologis serta teori-teori dan model-model yang dihasilkan sebagai hasil dari penelitiannya (Sendjaja, 2005).

Kalangan ilmuwan komunikasi yang mendalami bidang studi *speech communication* (komunikasi ujaran) umumnya banyak menerapkan metode aliran pendekatan *humanistic*. Teori-teori yang dihasilkannya pun lazimnya disebut sebagai teori retorika (*rethoric theory*). Sementara para ahli ilmu komunikasi yang meneliti bidang-bidang studi lainnya, seperti komunikasi antarpribadi (*intrapersonal communication*), komunikasi dalam kelompok (*interpersonal communication*), komunikasi organisasi (*organization communication*), dan komunikasi massa (*mass communication*), komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi publik (*public communication*) yang secara umum banyak menerapkan metode-metode pendekatan *scientific* dalam penelitiannya (Sendjaja, 2005).

Teori-teori yang dihasilkan dari hasil telaah tersebut umumnya disebut sebagai teori komunikasi (*communication theory*). Namun demikian, pengelompokan (*regrouping*) semacam ini saat ini sudah agak kabur dan tidak terlalu jelas lagi batas-batasnya. Dalam praktiknya, kalangan ilmuwan yang mendalami bidang kajian komunikasi ujaran (*rethoric; speech communication*) sering pula menerapkan pendekatan *scientific*. Sementara itu, pendekatan-pendekatan *humanistic* juga banyak diterapkan dalam penelitian dengan topik kajian komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi massa, komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan bidang-bidang kajian komunikasi lainnya yang saat ini tumbuh kian pesat dan bersifat silang (*cross cutting*).

## H. MODEL-Model KOMUNIKASI

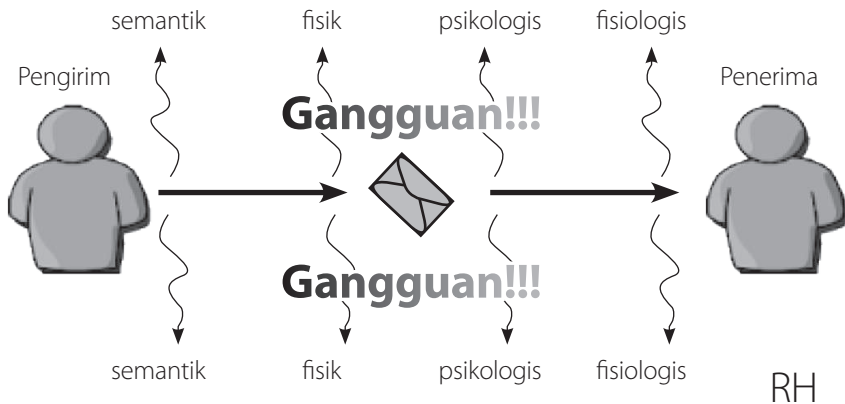
Menurut Sereno dan Mortensen dalam *Foundation Communication Theory* (1970), model komunikasi merupakan deskripsi mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Model komunikasi mempresentasikan secara abstrak ciri-ciri penting dan menghilangkan rincian komunikasi yang tidak perlu dalam dunia nyata (Mulyana, 2001: 121). Aubrey Fisher dalam *Teori-teori Komunikasi* (1986—terjemahan Jalaludin Rakhmat), mendefinisikan model sebagai analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsur, sifat, atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model dari sebuah teori. Dengan kata lain, model adalah gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori atau teori yang disederhanakan.

Di bawah ini akan dijelaskan tiga model komunikasi utama, yakni model komunikasi linear, model komunikasi interaksional, dan model komunikasi transaksional (Mulyana, 2001; Komala, 2009; Rohim, 2009):

- Model Komunikasi Linear

Sumber: Khoiriyah (2018).

Model komunikasi ini dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren

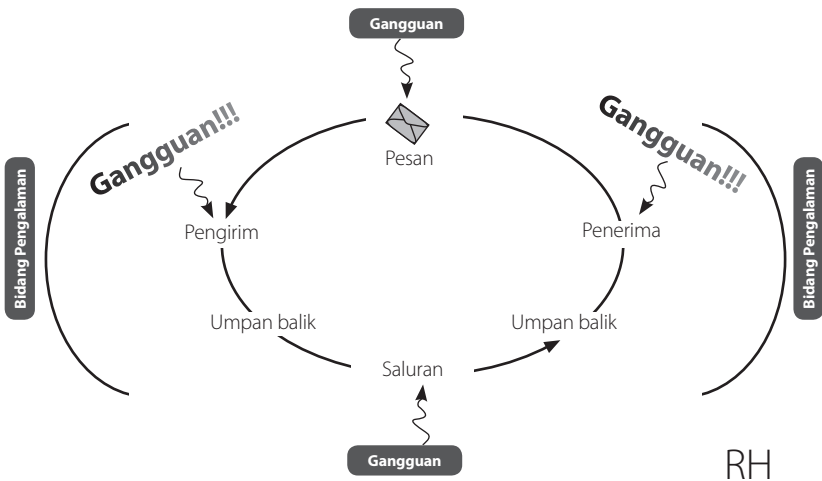


Weaver dalam karya mereka *The Mathematical of Communication* (1949). kedua ahli komunikasi tersebut mendeskripsikan komunikasi sebagai proses linear karena tertarik pada teknologi radio dan telepon dan ingin mengembangkan suatu model yang dapat menjelaskan bagaimana informasi melewati berbagai saluran (*channel*). Hasilnya adalah konseptualisasi dari komunikasi linear (*linear communication model*). Pendekatan ini terdiri atas beberapa elemen

kunci: sumber (*source*), pesan (*message*) dan penerima (*receiver*). Model linear berasumsi bahwa seseorang hanyalah pengirim atau penerima. Tentu saja hal ini merupakan pandangan yang sangat sempit terhadap partisipan-partisipan dalam proses komunikasi. Suatu konsep penting dalam model ini adalah gangguan (*noise*), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Gangguan ini selalu ada dalam saluran bersama sebuah pesan yang diterima oleh penerima.

- Model Komunikasi Interaksional

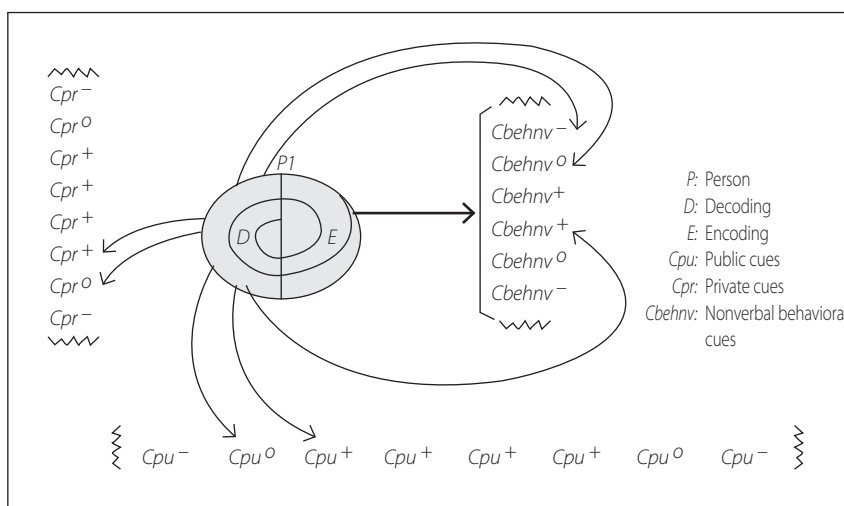
Model interaksional dikembangkan oleh Wilbur Schramm dalam karyanya *The Process and Effect of Mass Communication* (1954). Model Schramm ini menekankan pada proses komunikasi dua arah di antara para komunikator. Menurut Schramm, komunikasi berlangsung dua arah: dari pengirim (komunikator) dan kepada penerima (komunikan), sebaliknya dan dari komunikan kepada komunikator. Proses melingkar (sirkuler) ini menunjukkan bahwa komunikasi selalu berlangsung dalam setiap tahap interaksi. Para peserta komunikasi (menurut model interaksional) adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain. Patut dicatat bahwa model ini menempatkan sumber dan penerima dalam posisi atau kedudukan yang sederajat. Satu elemen yang penting bagi model interkasional adalah umpan balik (*feedback*), atau tanggapan terhadap suatu pesan dari penerima pesan (*receiver*).



Sumber: Rizwan Hanafi (2015).

■ Model Komunikasi Transaksional

Model komunikasi transaksional dikembangkan oleh Barnlund dalam *A Transactional Model of Communication* (1970). Model yang dikembangkan oleh Bernlund ini adalah model komunikasi yang memberi penekakan pada proses pengiriman dan penerimaan pesan (*the procces of sending and receiving message*) yang berlangsung secara terus-menerus dalam sebuah episode komunikasi. Dalam pemahaman model komunikasi transaksional, komunikasi dilihat sebagai adalah proses yang bersifat kooperatif (*a cooperative procces*), dimana pengirim dan penerima sama-sama bertanggungjawab terhadap dampak dan efektivitas komunikasi yang berlangsung (*the sender and receiver are both responsible for the impact and effectiveness of ongoing communications*). Model transaksional juga berasumsi bahwa saat kita terus-menerus mengirimkan dan menerima pesan, kita berurusan baik dengan elemen komunikasi verbal dan nonverbal. Dengan kata lain, peserta komunikasi (komunikator) akan selalu melakukan proses negosiasi dan transaksi makna (*process of negotiation and meaning transactions*).



Sumber: Wina Prinda Hapsari (2017).

Sementara model-model komunikasi lainnya—yang penulis kutip dari berbagai sumber—akan dijelaskan secara ringkas di bawah ini, meliputi: model komunikasi stimulus-respon (S-R) atau stimulis-organisme-respon (S-O-R), model Aristotels, model Laswell, model Shannon dan Weaver, model Osgood-Schramm, model Newcomb, model Westley dan MacLean, model Gerbner,

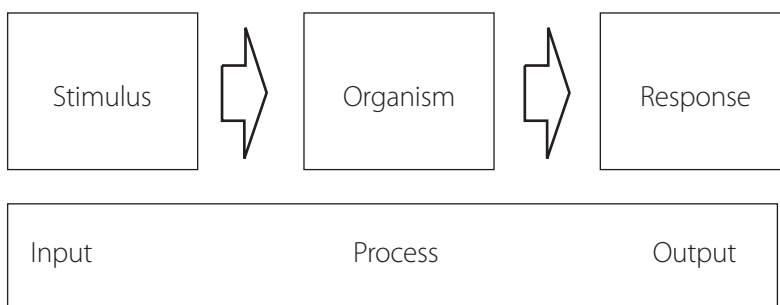
model Berlo, model DeFleur, dan Gudykunst dan Kim (Rohim, 2009). Model-model komunikasi tersebut merupakan varian (atau sub model) dari model-model utama komunikasi yang berbasis pada tiga pendekatan, yakni model linear, model interaksional, dan model transaksional (seperti sudah dijelaskan di atas).

## I. VARIAN Model KOMUNIKASI

### ■ Model Komunikasi S–R (*Stimulus-Respon*)

*Stimulus Response Theory* atau *S-R theory* merupakan model yang menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Asumsi dasar dari pada teori ini adalah bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus/stimuly*) yang berkomunikasi dengan organisme sebagai prinsip-prinsip komunikasi yang penting. Adapun istilah-istilah yang digunakan dalam model ini adalah: *Stimulus* (S), *Organisme* (O) dan *Respon* (R).

Model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat nonverbal dalam komunikasi verbal, dan simbol-simbol tertentu akan memberi rangsang orang lain untuk merespon dengan cara tertentu. Pola ini dapat diterima secara negatif atau positif tergantung bagaimana respon yang diberikan oleh individu. Model ini kemudian memengaruhi teori jarum suntik (*hypodermic needle*). Dalam teori S-R atau S-O-R terdapat tiga unsur, yakni pesan (*stimulus*), komunikan (*organisme*), dan efek (*respon*). Masing-masing unsur memiliki pengertian sebagai berikut (Purwati, 2017):

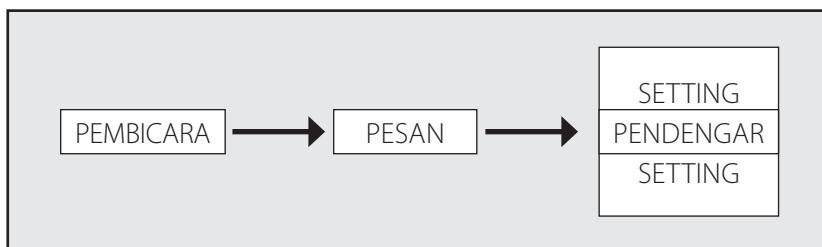


Sumber: Myung Ja Kim, et.al. (2020: 71).



1. *Pesan* (stimulus = S). Pesan atau *message* merupakan elemen penting dalam komunikasi. Sebab pesan merupakan pokok bahasan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
2. *Komunikan* (organisme = O). Komunikan merupakan elemen yang akan menerima stimulus yang diberikan oleh komunikator. Sikap komunikan dalam menyikapi stimulus yang diterima akan berbeda-beda. Tergantung kepada masing-masing pribadi menyikapi bentuk stimulus tersebut. Dalam teori/model ini, terdapat tiga variabel atau konsep yang penting, yaitu: perhatian (*attention*), pengertian (*understanding*), penerimaan (*reception*). Ketiga variabel ini akan menentukan bagaimana kemudian respon yang akan diberikan oleh komunikan setelah menerima stimulus.
3. *Efek* (respon = R): perubahan sikap. Proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari:
  - a. Stimulus (rangsangan) yang diberikan pada organisme dapat diterima/ditolak. Apabila stimulus tersebut ditolak berarti stimulus itu tidak efektif memengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi jika stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.
  - b. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.
  - c. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesiapan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
  - d. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan sikap/perilaku).

■ Model Aristoteles



Sumber: Rudy Hizkia (2013).

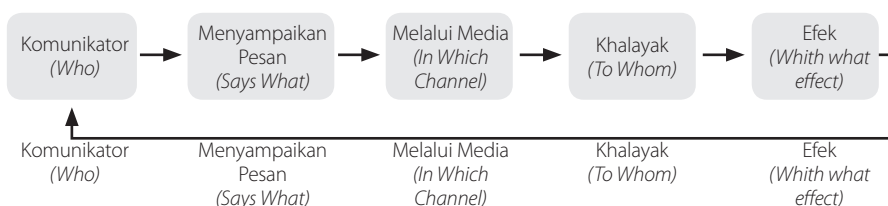
Model komunikasi ini adalah model komunikasi yang paling klasik. Fokus telaah pada komunikasi retorik (*rethoric*) atau pidato (*public speaking*); karena model komunikasi ini lahir di era Yunani Klasik. Dalam model komunikasi ini, semua bentuk komunikasi melibatkan persuasi (bujukan, rayuan). Komunikasi hanya berlangsung efektif jika memuat tiga faktor penting berikut: (1) siapa anda (*etos*—keterpercayaan anda); (2) argumen anda (*logos*—logika dalam pendapat/ argumen anda), dan (3) aspek psikis/batin khalayak (*phatos*—bagaimana emosi khalayak anda mainkan).

Faktor yang menentukan persuasi adalah: isi pidato, susunan teks, dan cara penyampaiannya. Perkembangan model komunikasi ini banyak dipengaruhi oleh pemikiran Aristoteles, yakni terdapat tiga unsur penting yang sama: sumber yang mengirimkan pesan, pesan yang dikirimkan, dan penerima pesan tersebut.

- Model Lasswell

Model Komunikasi Laswell adalah salah satu model komunikasi yang paling sering menjadi rujukan dalam analisis proses komunikasi. Model Laswell sangat berguna untuk menggambarkan kompleksitas proses komunikasi ke dalam pemahaman yang lebih sederhana lewat karya kalasnya, *The Structure and Function of Communication in Society* (1948). Model komunikasi Lasswell masuk dalam kelompok model komunikasi linear, dimana komunikasi dipandang sebagai proses yang berjalan satu arah (*one way communication*). Tesis model linear: pengirim pesan atau *sender* adalah satu-satunya elemen komunikasi yang mengirimkan pesan kepada penerima pesan. Penerima pesan digambarkan tidak memberi umpan balik/tanggapan (*feedback*) terhadap pesan yang dikirimkan. Sinyal pesan di-*encode* dan dikirimkan melalui media. Model komunikasi linear umumnya diterapkan dalam konteks komunikasi massa (Ambar, 2017).

### MODEL LASSWELL



Sumber: Nur Khaifa (2016).

Dalam model komunikasi Lasswell, kompleksitas proses komunikasi dijelaskan dengan menjawab beberapa pertanyaan mendasar: "siapa mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa?" (*who says what, In which channel, to whom, with what effect?*). Kelima elemen model komunikasi Lasswell dapat dijelaskan secara ringkas berikut (Ambar, 2017):

- *Who*: merujuk pada pengirim pesan (komunikator atau sumber)  
Menurut Lasswell, dalam setiap bentuk komunikasi selalu ada seseorang atau sesuatu yang memainkan peran dalam melakukan komunikasi. Para ahli komunikasi sepakat bahwa yang dimaksud dengan komunikator adalah *source*, *transmitter* atau *sender* (pengirim pesan). Terkait dengan studi media, maka elemen *who* dalam model komunikasi Lasswell dapat dikaji melalui analisis kontrol atau *control analysis*. Yang dimaksud dengan analisis kontrol atau *control analysis* adalah studi atau kajian yang menitikberatkan pada hal-hal yang terkait dengan kepemilikan media massa, ideologi media, dan lain sebagainya.
- *Says (what)*: merujuk pada isi pesan  
Elemen kedua merujuk pada isi pesan (*says*) *What*. Dalam studi media, elemen (*says*) *what* umumnya dikaji melalui *content analysis* atau analisis isi pesan dan biasanya diterapkan melalui pertanyaan-pertanyaan yang bersifat representasi, seperti, berapa jumlah perempuan yang direpresentasikan dalam pemberitaan tabloid atau majalah, bagaimana kaum minoritas digambarkan dalam televisi, bagaimana isu kenaikan harga BBM didiskusikan publik di radio, dan sebagainya..
- (*in with*) *channel*: merujuk pada media atau saluran yang digunakan untuk mengirim pesan. Elemen (*in which*) *channel* merujuk pada pemilihan dan penggunaan media dalam proses pengiriman pesan. Dalam studi media, penelitian yang menitikberatkan pada media massa, seperti tabloid, majalah, radio atau televisi disebut sebagai analisis media (*media analysis*). Senada dengan analisis isi, dalam analisis media penelitian dilakukan dengan menggunakan berbagai pertanyaan terkait ketersediaan media yang sesuai yang akan digunakan untuk mengirimkan pesan, karena kesalahan dalam pemilihan media dapat memengaruhi efek komunikasi yang diharapkan.
- *To (whom)*: merujuk pada penerima pesan (komunikasi)  
Elemen keempat adalah (*to*) *whom* atau siapa yang menjadi penerima pesan. Dalam kajian media, studi yang menekankan pada penerima pesan atau khalayak disebut dengan analisis khalayak (*audience analysis*). Pengetahuan

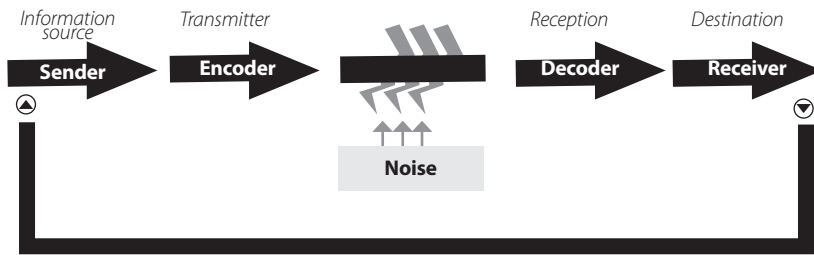
tentang khalayak sasaran dalam proses komunikasi sangatlah penting. Tidak hanya komunikasi yang kita lakukan melalui media, namun juga komunikasi yang kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari dengan orang lain, seperti komunikasi (inter dan antar) personal, komunikasi (lintas dan antar) budaya, komunikasi persuasif, dan jenis-jenis komunikasi khalayak lainnya.

- *(With what) effect*: merujuk pada efek (media) yang ditimbulkan. Elemen terakhir dalam model komunikasi Lasswell adalah elemen *(With What) Effects*, yaitu efek yang ditimbulkan dari komunikasi yang dilakukan. Kajian terhadap elemen efek media disebut dengan analisis efek atau *effect analysis*. Kita melakukan komunikasi karena ada tujuan yang ingin dicapai. Lasswell tidak menekankan pada komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi namun pada efek media massa. Tema penting yang dikaji dalam efek media massa diantaranya adalah apakah media memiliki efek terhadap khalayak serta bagaimana media massa memengaruhi khalayak sasaran. Kajian tentang efek media massa telah melahirkan berbagai teori efek media massa, diantaranya adalah teori jarum hipodermik, teori *agenda-setting*, teori spiral keheningan, teori *uses and gratifications*, analisis framing, dan lain-lain.

- Model Shannon dan Weaver

Model Komunikasi Shannon dan Weaver menjelaskan bahwa proses komunikasi terjadi sebagai sebuah sistem yang terdiri dari elemen-elemen komunikasi, yakni *information source*, *transmitter*, *channel*, *receiver*, dan *destination*. *Information source* adalah produsen pesan; *transmitter* sebuah perangkat yang melakukan *encoding* pesan dan merubahnya dalam bentuk *signal*; *channel* merupakan saluran *signal* yang diadaptasi melalui transmisi; *receiver* adalah perilaku *decoding* pesan melalui *signal* dan *destination* adalah tempat di mana pesan ditujukan (Muldi, 2018: 83).

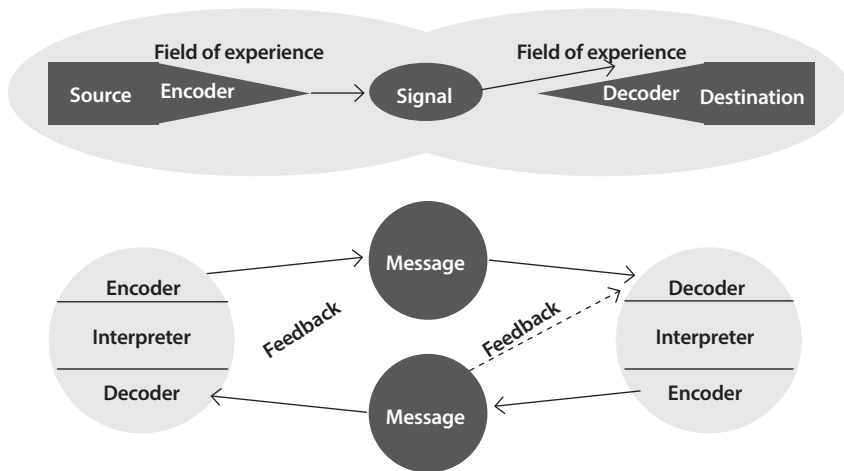
Proses komunikasi sebagai sebuah sistem berlangsung ketika pesan (dalam bentuk *signal*) mengalir melalui aliran (*channel*), kemudian diterima *receiver* untuk diteruskan dan mencapai tujuannya. Pada saat dua orang atau lebih melakukan komunikasi maka proses komunikasi yang terjadi bersifat bolak-balik, yakni satu sisi sebagai *source* dan *receiver* (Littlejohn, 2008; Muldi, 2018: 83-84).



SHANNON – WEAVER'S MODEL OF COMMUNICATION

Sumber: Ail Muldi (2018: 84).

- Model Osgood dan Schramm



Sumber: Wina Prinda Hapsari (2017).

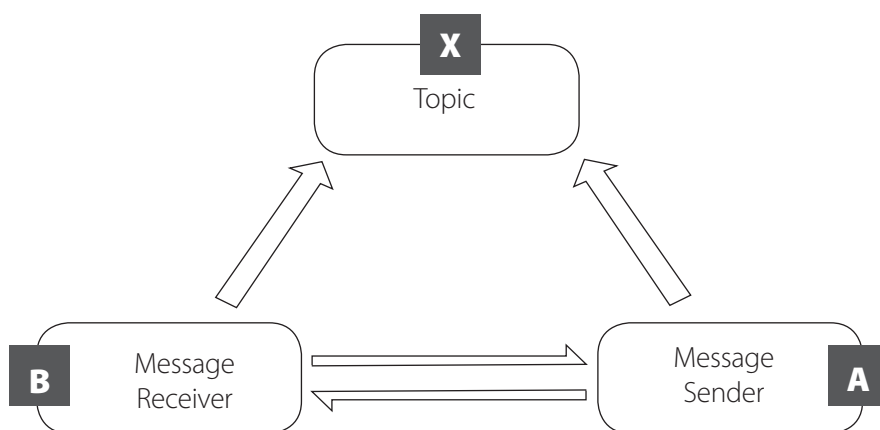
Model proses komunikasi (antarpribadi) yang digambarkan oleh Osgood dan Schramm (seperti terlihat pada gambar di bawah ini) menjelaskan bahwa proses komunikasi pada prinsipnya berjalan secara sirkuler, dimana masing-masing pelaku secara bergantian bertindak sebagai komunikator, sumber atau *sender*, dan sebaliknya dapat bertindak sebagai komunikan, penerima atau *receiver*.

1. Pelaku komunikasi pertama kali mengambil inisiatif sebagai sumber/komunikator membentuk pesan (*encoding*) dan menyampaikannya melalui

saluran komunikasi tertentu kepada lawan komunikasinya yang bertindak sebagai penerima/komunikasi.

2. Pihak penerima/komunikasi kemudian setelah menerima pesan akan mengartikan (*decoding*) dan menginterpretasikan (*interpreting*) pesan yang diterimanya. Apabila penerima/komunikasi menanggapi atau bereaksi, maka selanjutnya ia akan membentuk pesan (*encoding*) dan menyampaikannya kembali. Kali ini ia bertindak sebagai sumber, dan tanggapan atau reaksinya disebut umpan balik (*feedback*).
3. Pihak sumber/komunikator yang pertama sekarang bertindak sebagai penerima/ komunikasi. Ia akan mengartikan dan menginterpretasikan pesan yang diterimanya, dan kalau ada tanggapan/reaksi, kembali ia akan membentuk pesan dan menyampaikannya kembali ke pasangan komunikasinya.

- Model Newcomb



**The Newcomb's Model**

Sumber: Wina Prinda Hapsari (2017).

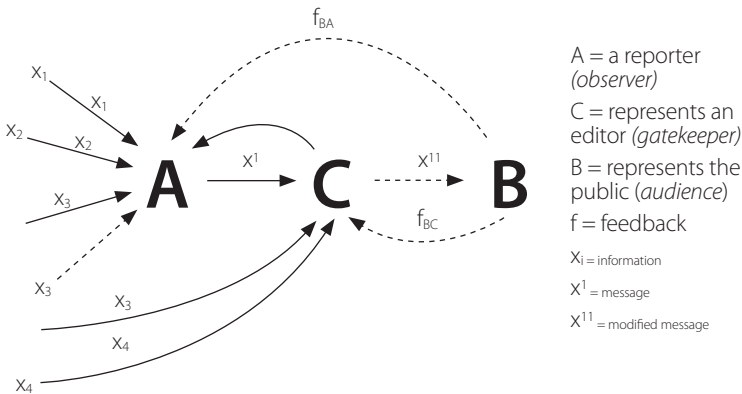
Model komunikasi yang dikembangkan Newcomb merupakan model komunikasi antarpribadi. Melalui modelnya ini Newcomb menggambarkan tentang dinamika hubungan komunikasi antara dua individu tentang suatu objek yang dipersoalkan mereka. Menurut model Newcomb—dikenal dengan sebagai ‘model keseimbangan’ dalam kajian komunikasi pembangunan—pola

komunikasi yang terjadi antara dua individu mempunyai dua bentuk apabila dua orang yang berkomunikasi tentang suatu hal/objek sama-sama memiliki sikap menyukai atau memiliki selera. yang sama terhadap hal/objek yang dibicarakan. Keadaan tidak seimbang terjadi apabila terdapat perbedaan sikap di antara kedua orang tersebut (Hapsari (2017)).

Namun, apabila keadaan tidak seimbang ini terjadi, umumnya masing-masing pihak berupaya untuk mengurangi perbedaan sehingga keadaan „relatif seimbang” biasa tercapai. Sementara kalau keadaan seimbang terjadi masing-masing pihak berusaha untuk terus mempertahankannya. Menjaga keseimbangan inilah yang menurut Newcomb merupakan hakikat utama dan komunikasi antarpribadi (Hapsari (2017)).

- Model Westley dan MacLean

Model Westley dan MacLean merupakan model perluasan dari model komunikasi Harold Lasswell dan model Shannon dan Weaver, yaitu dengan menambahkan jumlah peristiwa, gagasan, dan objek yang tidak terbatas. Model ini tidak membatasi pada tingkat individu, bisa juga terjadi pada aktivitas suatu kelompok atau suatu lembaga sosial. Menurut Westley setiap individu, kelompok atau sistem memiliki kebutuhan untuk mengirim dan menerima pesan sebagai sarana orientasi terhadap lingkungan.

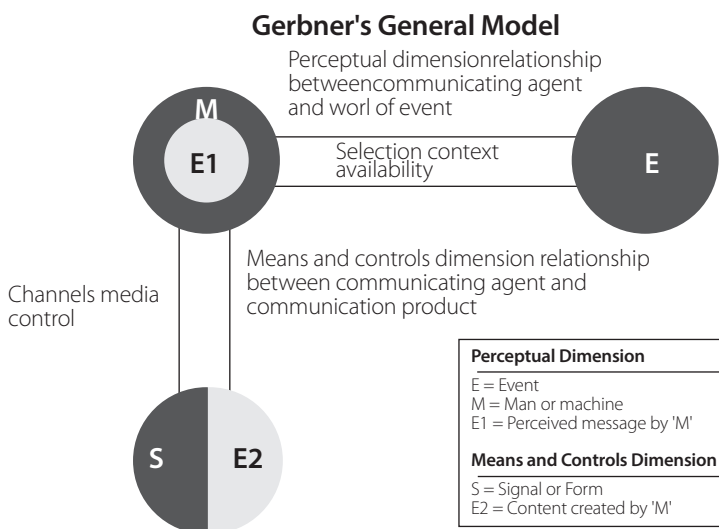


Sumber: Amaliaisa (2017).

Konsep penting yang tercakup dalam model ini adalah memasukkan umpan balik. Perbedaan dalam umpan balik inilah yang membedakan antara komunikasi antar pribadi dan komunikasi massa. Dalam komunikasi antar pribadi, umpan balik yang diterima bersifat segera, sedangkan umpan balik dalam komunikasi masa bersifat tunda, semisal calon presiden yang berdebat dalam rangka kampanye politik yang disiarkan televisi. Tidak dapat mendapatkan umpan balik secara langsung terkait bagaimana penerimaan pesannya diterima oleh khalayak pemirsa. Umpan balik baru muncul dalam beberapa hari atau beberapa minggu kemudian. Dalam model Westley dan MacLean ini terdapat lima unsur, yaitu: objek, orientasi, pesan, sumber, penerima, dan umpan balik.

■ Model Gerbner

Menurut Kenneth Sereno dan David Mortensen dalam *Foundation of Communication Theory* (1970), model komunikasi merupakan deskripsi mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Model komunikasi mempresentasikan secara abstrak ciri-ciri penting dan menghilangkan rincian komunikasi yang tidak perlu dalam dunia nyata. Sedangkan Aubrey Fisher (1986) mengatakan model adalah analogi teori dalam bentuk yang sederhana, yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsur, sifat, atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model. Model adalah gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori, model adalah reduksi atau simplifikasi teori.



Sumber: communicationtheory.org (2013).



Model komunikasi yang dikemukakan George Gerbner hampir sama bentuknya dengan model Lasswell. Tapi prosesnya lebih kompleks karena melibatkan elemen-elemen komunikasi yang lebih banyak. Model komunikasi yang dibuat Gerbner dalam *Toward a General Model of Communication* (1956) terdiri dari model verbal dan model gambar. Model verbal memberi gambaran bahwa komunikasi mencakup sebelas komponen, yaitu: (1) pelaku komunikasi (komunikator dan komunikan), (2) objek peristiwa; (3) persepsi terhadap objek peristiwa; (4) reaksi; (5) situasi; (6) saluran/media, (7) distribusi; (8) bentuk/struktur/pola; (9) konteks; (10) makna isi pesan; dan (11) akibat/hasil (Hapsari, 2017).

Dimensi Persepsi	
E	= Peristiwa
M	= Manusia atau mesin
E1	= Persepsi pesan oleh 'M'
Sarana dan Dimensi Kontrol	
S	= Sinyal dan bentuk
E2	= Conten/isi dibuat oleh 'M'

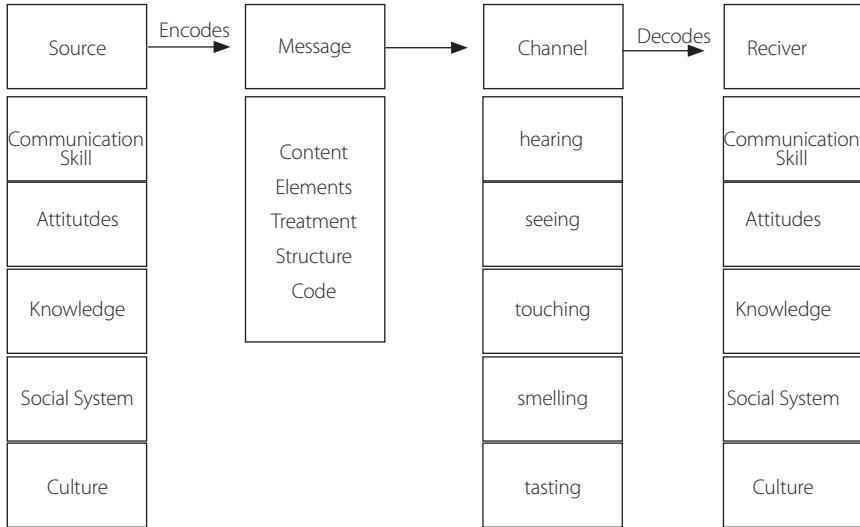
Sementara model komunikasi versi gambar Gerbner menjelaskan bahwa proses komunikasi diawali dengan satu tindakan pemahaman (persepsi). Meskipun proses komunikasi baru dimulai dan adanya persepsi (E1), namun persepsi tersebut tidak dapat lepas dan adanya suatu peristiwa (E). Tanpa adanya peristiwa (E), tidak akan pernah muncul persepsi (E1), dan dengan tidak munculnya persepsi (E1) maka tidak akan terjadi proses komunikasi, dimana (Hapsari, 2017):

- Model Berlo

Pada tahun 1960, David Berlo mendalilkan model komunikasi *Sender-Message-Channel-Receiver* (SMCR), adaptasi dari model komunikasi Shannon-Weaver (1949). Berlo menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi komponen individu dalam komunikasi sehingga komunikasi lebih efisien. Model komunikasi yang dikembangkan Berlo berfokus pada aspek penyandian (*encoding*) dan penyandan balik (*decoding*). Model Berlo memiliki empat komponen utama

untuk menggambarkan proses komunikasi, yakni pengirim, pesan, saluran, dan penerima; dimana setiap komponen dipengaruhi oleh banyak faktor.

**Berlo's Model of Communication**



A Source encodes a message for a channel to a receiver who decodes the message  
S-M-C-R Model.

Sumber: Busineestopia.net (2018)

Seperti dinarasikan Albaugh, dkk. (2013), fokus dari model komunikasi Berlo ada pada tiga elemen: pesan (*message*), saluran (*chanell*), dan penerima (*receiver*). Masing-masing faktor tersebut terdapat elemen berbeda yang memengaruhi proses komunikasi. Model ini merupakan contoh model komunikasi linier. Elemen-elemen dari model komunikasi Berlo dapat diringkas sebagai berikut (Businesstopia, 2018):

a. S—*Sender*

Pengirim adalah sumber pesan atau orang yang membuat pesan. Orang atau sumber tersebut mengirimkan pesan ke penerima. Berikut ini adalah faktor-faktor yang terkait dengan pengirim pesan (komunikator) juga untuk kasus penerima (komunikan).

- Kemampuan berkomunikasi (*communication skill*). Keterampilan komunikasi seseorang merupakan faktor yang memengaruhi proses komunikasi. Jika pengirim memiliki kemampuan komunikasi yang baik

maka pesan yang akan dikomunikasikan akan lebih baik dibandingkan jika kemampuan komunikasinya kurang baik. Begitu pula jika penerima tidak dapat menangkap pesan, maka komunikasi tidak akan efektif. Keterampilan komunikasi meliputi keterampilan berbicara, menyajikan, membaca, menulis, mendengarkan, dan seterusnya.

- Sikap (*attitude*). Sikap pengirim dan penerima menciptakan efek pesan. Sikap seseorang terhadap diri sendiri, penerima dan lingkungan bisa mengubah makna dan efek pesan.
- Pengetahuan (*knowledge*). Keakraban dengan subjek pesan membuat pesan yang dikomunikasikan memiliki efek lebih. Pengetahuan tentang materi pelajaran membuat komunikator mengirimkan pesan secara efektif.
- Sistem sosial (*social systems*). Nilai, kepercayaan, hukum, aturan, agama, dan banyak faktor sosial lainnya memengaruhi cara pengirim menyampaikan pesan. Ini menciptakan perbedaan dalam generasi pesan. Tempat dan situasi juga termasuk dalam sistem sosial.
- Budaya (*culture*). Perbedaan budaya (nilai, norma, adat, tradisi) bisa membuat pesan yang disampaikan komunikator diterima secara berbeda. Misalnya, seseorang dari satu budaya yang berbeda saat mengirim pesan mungkin bisa menyinggung komunikan yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda.

b. M—*Message*

Pesan adalah substansi yang dikirim oleh pengirim ke penerima (suara, audio, teks, video atau media lain). Adapun faktor kunci yang memengaruhi pesan antara lain:

- Konten/kandungan (*content*). Konten (kandungan isi pesan) adalah hal yang ada di dalam pesan. Seluruh pesan dari awal hingga akhir adalah isinya.
- Elemen (*element*). Elemen adalah hal-hal nonverbal yang mengikuti konten, seperti *gesture*, *gimmick*, mimik, bahasa tubuh, dan bahasa isyarat lainnya.
- Perlakuan (*treatment*). Perlakuan adalah cara pesan disampaikan ke penerima. Pengobatan juga memengaruhi umpan balik penerima.
- Struktur (*structure*). Struktur pesan atau cara penyusun atau penataannya memengaruhi keefektifan pesan.

- Kode (*code*). Kode adalah bentuk pengiriman pesan. Bisa dalam bentuk bahasa, teks, video, dan lain-lain.

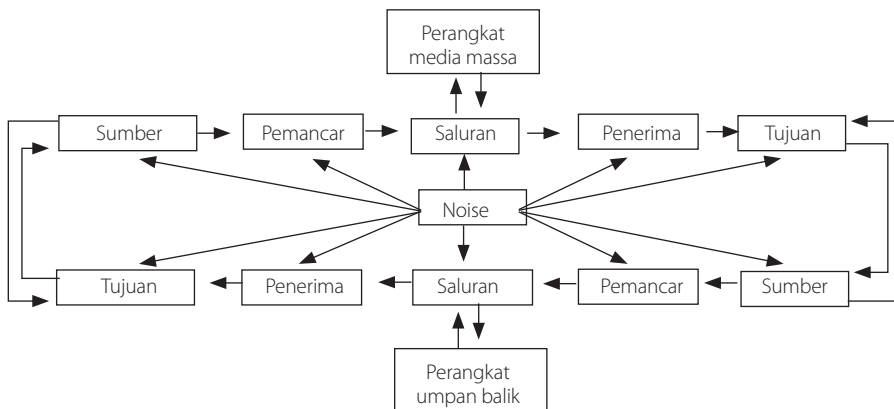
c. C—Chanell

Saluran adalah jenis perangkat media yang digunakan untuk mengirim pesan. Dalam komunikasi massa dan bentuk komunikasi lainnya, mesin teknis dapat digunakan sebagai saluran, seperti telepon, faksimili, telegram, internet, dan seterusnya. Namun, dalam komunikasi umum, panca indera manusia adalah saluran arus komunikasi yang paling efektif memengaruhi saluran, seperti indera pendengaran (*hearing*), indera penglihatan (*seeing*), indera sentuhan (*touching*), indera penciuman (*smelling*), dan indera rasa (*tasting*).

d. R—Receiver

Penerima adalah orang yang menerima pesan yang dikirim dalam proses tersebut. Model ini percaya bahwa pola berpikir dan semua faktor lain yang disebutkan di atas harus sinkron dengan pengirim agar komunikasi menjadi efektif. Pesan tersebut mungkin tidak memiliki efek yang sama jika penerima dan pengirim tidak memiliki maksud yang sama. Artinya, seorang penerima (*receiver*) harus punya keterampilan mendengarkan (pesan/informasi) yang baik (yang dikirim oleh komunikator).

■ Model DeFleur



Sumber: sainskomunikasi.com (2012).

Melvin DeFleur dalam *Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects* (1966) merakit sebuah model komunikasi yang merupakan pengembangan dari model komunikasi Shannon dan Weaver dengan menyelipkan perangkat media massa dalam modelnya. Beberapa literatur juga menyebutkan DeFleur juga mengembangkan model komunikasinya dari model komunikasi Westley dan Maclean.

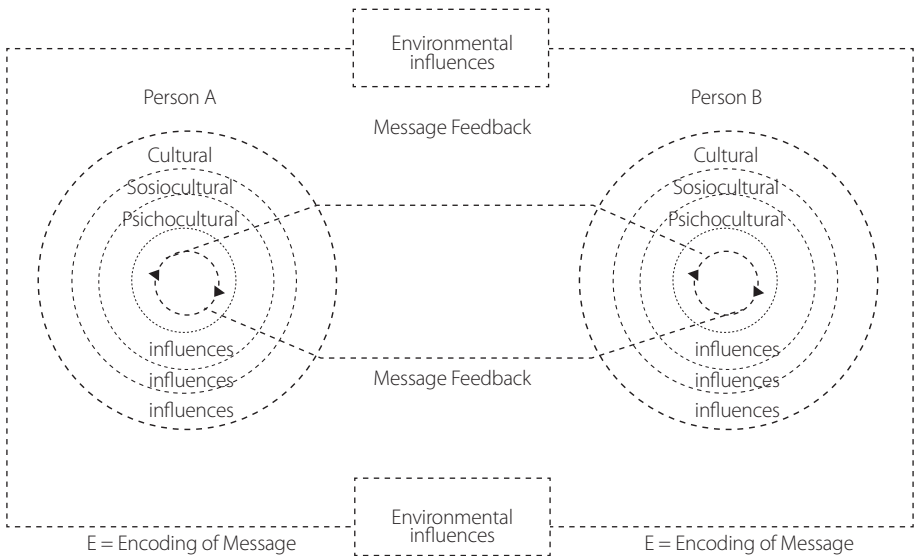
Dalam model komunikasi DeFleur, terdapat komponen-komponen komunikasi, seperti sumber (*source*), pemancar (*transmitter*), saluran komunikasi (*channel*), penerima pesan (*receiver*), sasaran (*destination*), gangguan (*noise*), perangkat media massa (*mass media tools*), dan perangkat umpan balik (*feedback*). Adapun komponen model komunikasi DeFleur adalah (Ambar, 2017):

- a. Sumber (*source*) adalah individu yang menginisiasi pesan.
- b. Pemancar (*transmitter*) adalah individu yang meng-*encode* pesan.
- c. Saluran komunikasi (*channel*) adalah saluran atau media yang digunakan untuk mengirimkan pesan.
- d. Penerima pesan (*receiver*) adalah mereka yang menerima pesan dan meng-*decode* informasi menjadi pesan.
- e. Sasaran (*destination*) adalah khalayak sasaran dalam proses komunikasi massa.
- f. Gangguan (*noise*) adalah segala sesuatu yang dapat mengganggu atau mendistorsi akurasi pesan. *Noise* dapat terjadi pada setiap tahapan proses komunikasi massa.
- g. Perangkat media massa adalah macam-macam media komunikasi yang digunakan dalam proses komunikasi massa seperti media massa cetak dan elektronik.
- h. Umpan balik (*feedback*) merupakan perangkat yang membantu sumber menganalisa khalayak sasaran sebagai bagian yang terpisah dari penerima. Tidak semua penerima pesan adalah khalayak sasaran karena khalayak sasaran akan memberikan berbagai macam umpan balik yang akan membantu sumber menemukan khalayak sasaran dengan menggunakan perangkat umpan balik.

Menurut Bajrachharya (2018), dalam model komunikasi DeFleur, sumber dan pemancar dilakukan oleh individu yang berbeda. Sumber berperan dalam pemilihan berbagai pesan sementara itu pemancar mengubah atau meng-*encode* pesan menjadi sinyal yang dikirimkan melalui saluran komunikasi tertentu.

Penerima pesan berperan dalam menerima informasi dan melakukan *encoding* terhadap pesan yang diterima. Hal penting lainnya dalam model komunikasi DeFleur adalah adanya perangkat umpan balik yang membantu sumber untuk menganalisa khalayak sasaran sebagai bagian terpisah dari penerima pesan. Di sini, tidak semua penerima pesan adalah khalayak sasaran karena khalayak sasaran akan membuat beberapa umpan balik yang akan membantu sumber menemukan khalayak sasaran dengan menggunakan perangkat umpan balik.

- Model Gudykunst dan Kim



Sumber: Abdul Azis, dkk. (2012).

Model William B. Gudykunst dan Young Yun Kim (*Communicating With Strangers: An Approach to Intercultural Communication*, 2003)—yang biasa digunakan dalam kajian komunikasi antarbudaya—ini mengasumsikan bahwa komunikator dan komunikan berdiri sejajar dalam berkomunikasi. Masing-masing dari mereka bertindak sebagai pengirim sekaligus penerima, atau keduanya sebagai penyandi (*encoding*) dan penyandi balik (*decoding*). Sebagai model komunikasi antarbudaya, model Gudykunst dan Kim ini digunakan untuk memahami komunikasi antara orang-orang yang berasal dari budaya berbeda, atau komunikasi dengan orang asing (*stranger*) (wikipedia.org).

Elemen-elemen proses komunikasi pada model komunikasi antarbudaya Gudykunst dan Kim ini terdiri dari: (1) pengirim pesan (*sender/encoder*) = orang yang memberikan pesan; (2) penerima pesan (*receiver/decoder*) = sasaran/tujuan/penyandi balik; (3) pesan (*message*) = sesuatu yang disampaikan atau dikomunikasikan; dan (4) umpan balik (*feedback*) (communicationscience.com, 2012).

Masih menurut Gudykunst dan Kim (dalam communicationscience.com, 2012), setidaknya terdapat empat filter konseptual yang memengaruhi setiap orang dalam berkomunikasi (melakukan penyandian pesan dan penyandian balik pesan), yaitu:

- a. Faktor *budaya*. Faktor ini meliputi faktor-faktor yang menjelaskan kemiripan dan perbedaan budaya, seperti agama, sikap atau bahasa. Contoh: ketika seorang pendatang dari daerah yang hijrah ke Jakarta harus memilih untuk tetap menggunakan bahasa daerahnya dengan rekan sederahnya atau tetap menggunakan bahasa Indonesia saat mereka tinggal di Jakarta; atau ketika seseorang warga urban di Jakarta memilih bersikap sosial (peduli kepada nasib rekan sederahnya), atau bersikap individualis (acuh tak acuh terhadap nasib rekan sederahnya).
- b. Faktor *sosiobudaya*. Faktor ini memengaruhi proses penataan sosial, seperti keanggotaan, kelompok, konsep diri, ekspektasi diri. Contoh: jika kita menjadi ketua dalam suatu organisasi, tentunya konsep diri dan ekspektasi diri kita sangat tinggi, baik dimata anggota organisasi yang kita pimpin maupun dikalangan masyarakat luas.
- c. Faktor *psikobudaya*. Faktor ini memengaruhi proses penataan pribadi (*stereotype* dan sikap). Contoh: etnosentrisme (kajian yang menafsirkan perilaku orang lain dengan pemikiran diri sendiri dan ingin orang lain berlaku sama seperti kita).
- d. Faktor *lingkungan*. Faktor ini memengaruhi persepsi kita akan lingkungan, seperti lokasi geografis, iklim, situasi arsitektural, persepsi atas kelestarian alam. Contoh: seorang berkebangsaan Amerika Utara dan seorang warga Kolombia (Amerika Selatan) yang memiliki cara pandang berbeda tentang ruang keluarga. Bagi orang Amerika, ruang keluarga adalah tempat berkumpul dan bercanda (informal), sementara bagi orang Kolombia, ruang keluarga adalah tempat formal.



## BAB DUA

# KOMUNIKASI POLITIK

### A. LATAR STUDI KOMUNIKASI POLITIK

Komunikasi politik sebagai sebuah bidang kajian ilmiah baru, bisa dikatakan sebagai perluasan sekaligus penggabungan dari kajian ilmu komunikasi dan ilmu politik. Kajian komunikasi politik memperoleh lahan subur perkembangan akademisnya di wilayah *Anglo Saxon*. Komunikasi politik adalah bidang kajian menelaah mata rantai atau relasi konseptual antara disiplin ilmu komunikasi dan ilmu politik atau jembatan metodologis antara disiplin ilmu komunikasi dan ilmu politik. Dari berbagai sumber literatur, komunikasi politik telah berhasil mengukuhkan dirinya menjadi kajian tersendiri sejak diakui oleh organisasi ilmiah *International Communication Association* (Asosiasi Komunikasi Internasional) bersama bidang-bidang kajian komunikasi lainnya, seperti bidang kajian/divisi sistem informasi, komunikasi antarpribadi, komunikasi massa, komunikasi organisasi, komunikasi antarbudaya, komunikasi intruksional, dan komunikasi kesehatan (Ardianto dan Q-Anees, 2007: 35).

Sejarah perkembangan studi komunikasi merupakan sintesis yang mencakup enam tahapan, yaitu: periode Yunani klasik (tradisi retorika), periode pertumbuhan (1900-1950), periode konsolidasi (1940-1950), periode integrasi (1960-an), periode pertumbuhan dan spersialisasi (1970-an), periode komunikasi berbasis teknologi komunikasi dan informasi (sejak era 1980, 1990 hingga sekarang) (Aminah, dkk., 2014: 93). Perkembangan studi komunikasi politik sebagai sebuah bidang kajian tentu tidak dapat dilepaskan dari pengaruh gagasan-gagasan teoritis dan metodologis perkembangan ilmu sosial lain yang terus tumbuh dan kian berciri multidisiplin, seperti sosiologi, psikologi, antropologi, ilmu politik, ilmu ekonomi/manajemen, ilmu budaya, ilmu sastra/bahasa, dan ilmu-ilmu sosial humaniora lainnya. Setidaknya terdapat empat



faktor penting yang mendorong munculnya studi komunikasi politik, terutama di kawasan Amerika.

Pertama, sejak perang dunia pertama dan kedua, salah satu jalan keluar yang ditempuh untuk menyelesaikan ketegangan adalah melalui meja perundingan dan diselesaikan dengan peranan kegiatan diplomasi dan negosiasi untuk mencapai titik *win-win solutions*. Dalam proses negosiasi tersebutlah peran kemampuan berkomunikasi di antara kedua pihak yang berseteru sangat berpengaruh dalam mengakhiri peperangan dan mempertahankan kepentingan masing-masing pihak. Peristiwa tersebut menjadi momentum yang pada akhirnya mendorong lahirnya disiplin ilmu baru pada saat itu, yaitu ilmu komunikasi, yang diawali dengan kajian-kajian komunikasi politik (Shahreza, 2018: 1).

Kedua, adanya pengaruh propaganda perang yang menekankan arti penting komunikasi dalam dua perang dunia yang terjadi pada paruh pertama abad ke-20. Ketiga, kehadiran televisi dalam kancah politik di Amerika, yang mendorong para sarjana politik meneliti dan menulis peran media massa dalam politik, terutama saat media massa Amerika berhasil mempengaruhi opini publik dalam pemilihan presiden dan kemampuan media massa membongkar skandal politik Watergate (yang berhasil menjatuhkan Presiden Richard Nixon dari kursi kepresidenan Amerika) (Kalangi, 2018: 4-5).

Keempat, usaha para ahli ilmu politik menjadikan komunikasi politik sebagai studi yang mandiri akibat perdebatan akademis yang cukup ketat dikalangan para ahli ilmu sosial di AS pada tahun 1950-an. Perdebatan tersebut terkait dengan pilihan metodologi ilmu sosial saat itu yang dianggap masih berciri 'abstrak,' 'subjektif,' dan 'tidak ilmiah.' Saat itu, perdebatan akademik di antara para ahli berputar pada isu pilihan ilmu sosial (khususnya ilmu politik) di antara pendekatan behavioralisme, empirisme, dan positivisme. Perdebatan akademis tersebut menyebabkan perubahan-perubahan penting dalam perkembangan ilmu sosial (terutama dalam pemilihan topik/ isu kajian, penggunaan perangkat teori, dan perbaikan/modifikasi peralatan metodologis kuantitatif versus kualitatif) di masa berikutnya (Hermawanto, 2013: 28-31).

Ditelisik dari sisi historis, perkembangan studi komunikasi politik tidak bisa dilepaskan dari pengaruh pemikiran para filsuf besar, seperti Aristoteles dan

Niccolo Machiavelli. Dalam karyanya *Rhetoric*<sup>3</sup> atau 'Retorika' (1964—diedit dan ditulis ulang oleh Leo Strauss) misalnya, Aristoteles membahas secara sistematis tentang 'seni berpidato' sebagai bagian penting dari upaya untuk memengaruhi secara politis para pendengarnya. Karya tersebut bisa dikatakan menjadi cikal bakal dari konsep persuasi politik. Niccolo Machiavelli, dalam *Il Principe* (1512) atau 'Sang Penguasa' (telah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia dan diterbitkan oleh Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, 1991—cetakan ketiga), juga membahas cara atau teknik persuasi politik, seperti strategi komunikasi politik yang efektif dengan rakyat dan kemampuan membujuk rakyat agar mendukung kekuasaan politik sang penguasa (Muchtar, 2018).

Pemikiran kedua filsuf di atas bisa dikatakan ikut memberi pengaruh signifikan pada gagasan beberapa ahli komunikasi dan politik awal abad ke-20. Studi komunikasi politik setidaknya bisa dilacak dari karya Hocmuth, Brigance dan Bryant dalam *The History and Criticism of America Public Address* (1913), disamping liputan/kajian pemberitaan dengan pendekatan analisis komunikasi politik yang mulai diperkenalkan oleh para editor dari *The Quarterly Journal of Speech* yang terbit pertama kali pada tahun 1915. Studi berikut yang juga dianggap memberi landasan penting dalam kajian komunikasi politik juga dilakukan oleh empat ahli politik ternama—yang dianggap sebagai *founding fathers* komunikasi politik, yakni Harold D. Laswell dalam *Propaganda Technique in the World War* (1927) dan *Politics: Who Gets What, When, How* (1936); Kurt Lewin dalam *Action Research and Minority Problems* (1946) dan *Studies in Group Decision/The Dynamic of Group Action* (1944); Paul Lazarsfeld dalam *The People's Choice* (1944) dan karya bersama Lazarsfeld dengan Bernard R. Berelson dan William N. McPhee berjudul *Voting: a Study of Opinion Formations in a Presidential Campaign* (1954); serta studi Carl I. Hovland dalam *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change* (1953) (Nasution, 2012).

---

<sup>3</sup> Salah satu kontribusi penting dari pendekatan Aristoteles adalah bahwa ia mengidentifikasi retorika sebagai salah satu dari tiga elemen kunci filsafat—bersama dengan logika dan dialektika. Menurut Aristoteles, logika berkaitan dengan penalaran untuk mencapai kepastian ilmiah sementara dialektika dan retorika berkaitan dengan probabilitas dan, dengan demikian, merupakan cabang filsafat yang paling cocok untuk urusan manusia. Dialektika adalah alat untuk debat filosofis; cara bagi *audiens* yang terampil untuk menguji pengetahuan yang mungkin untuk dipelajari. Sebaliknya, retorika adalah alat untuk debat praktis; ini adalah cara untuk membujuk khalayak umum dengan menggunakan kemungkinan pengetahuan untuk menyelesaikan masalah praktis. Dialektika dan retorika menciptakan kemitraan untuk sistem persuasi yang didasarkan pada pengetahuan, bukan pada manipulasi dan kelalaian. Lihat [https://en.wikipedia.org/wiki/Rhetoric\\_\(Aristotle\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Rhetoric_(Aristotle)).

Sejalan dengan munculnya perubahan baru dalam kajian komunikasi politik tersebut, terbit pula kajian-kajian politik yang mendudukan perspektif komunikasi sebagai faktor penting dalam studi politik, seperti karya Arthur Bentley: *The Procces of Government* (1908), David Truman *The Governmental Process: Political Interests and Public Opinion* (1951), Robert Dahl: *A Preface to Democratic Theory* (1956), karya bersama Gabriel Almond dan James Colleman: *The Politics of Developing Areas* (1960), karya bersama Almond dan Bingham Powell: *Comparative Politics: A Developmental Approach* (1966) dan *Comparative Politics: System, Process, and Policy* (1978), juga karya Richard R. Fagen: *Politics and Communication* (1966). Dalam karya-karya ini, komunikasi politik dianalisis secara khusus dalam kaitannya dengan sistem politik dan interaksi politik antarwarga negara serta benturan di antara kelompok-kelompok kepentingan. Pada tahap ini, komunikasi politik didudukan sebagai salah satu fungsi penting di antara fungsi-fungsi lainnya dalam sistem politik yang dinamikanya tidak bisa dilepaskan dari interaksi dinamis di antara kelompok-kelompok kepentingan yang ada (Kalangi, 2018: 7; Ghazali, 2004: 56).

Karya David Easton, *System Analysis of Political Life* (1965) misalnya, memberi batasan sistem politik pada berbagai hal yang berkaitan dengan pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik yang bersifat mengikat (otoritatif) bagi seluruh warga negara. Berbeda dengan ilmuwan politik yang lebih memokuskan bahasan komunikasi politik berkenaan dengan sistem politiknya (proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang bersifat otoritatif), Easton lebih melihat komunikasi politik sebagai fungsi penting tidak hanya dalam kaitannya dengan sistem politik, namun juga dalam fungsinya sebagai proses penguatan sistem politik (integrasi politik) dan implikasinya pada proses demokratisasi politik.

Berbeda dengan ilmuwan politik yang lebih fokus membahas komunikasi politik berkenaan dengan mekanisme sistem politik sebagai proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan otoritatif, ilmuwan komunikasi lebih membahas politik berkenaan dengan unsur-unsur, proses, dan mekanisme komunikasinya, yakni upaya penjelajahan, perumusan, dan koseptualisasi proses komunikasi politik (sebagai salah satu fungsi penting dalam sistem politik) secara lebih efektif dan elaboratif (Mas'ood dan McAndrews, 2008; Prakosa, 2008). Dari ulasan di atas, dapat disimpulkan, bahwa berbagai studi yang telah dilakukan para ahli ilmu politik tersebut makin mengokohkan fondasi akademis bagi pengembangan studi komunikasi politik pada masa-masa berikutnya.

Pada tahap selanjutnya, Chaffee dan Hochheimer dalam *The Beginnings*

of *Political Communication Research in the United States: Origins of the Limited Effects Model* (1985), menyebutkan bahwa perkembangan komunikasi politik sebagai sebuah bidang kajian juga bisa ditelisik dari riset-riset awal studi komunikasi massa. Sementara menurut David Michael Ryfe (*History and Political Communication: An Introduction*, 2001), dari komitmen-komitmen teoritis dan metodologis yang dilakukan pada riset-riset awal komunikasi massa itulah posisi keilmuan komunikasi politik terus dikembangkan; dan komitmen-komitmen ini dibentuk lagi terutama oleh kontribusi tiga disiplin ilmu, yakni psikologi sosial, ilmu politik, dan studi komunikasi massa (Gazhali, 2004: 54).

Dari ketiga disiplin tersebut, kajian psikologi sosial lah yang memiliki pengaruh paling mendalam terhadap komunikasi politik. Dari disiplin psikologi sosial itu komunikasi politik mewarisi ketertarikan untuk menyelidiki sikap-sikap, opini-opini, serta keyakinan-keyakinan (*attitudes, opinions, and beliefs*). Menurut Delia dalam *Communication Research: A History* (1987), psikologi sosial sendiri muncul sebagai sebuah lapangan studi pada awal 1900-an tetapi pada sekitar 1920-an perspektif dasarnya telah digunakan oleh sejumlah ilmuwan komunikasi. Seperti dikemukakan Bernard Berelson dalam *The State of Communication Research* (1959), setidaknya terdapat empat ahli utama (*the four greatmen*) dalam riset-riset komunikasi awal yang keempatnya dilatih dalam tradisi psikologi sosial. Karena itu tidak mengherankan jika studi-studi awal komunikasi politik, mulai dari analisis Lasswell tentang 'propaganda politik' (*Propaganda Technique in the World War*, 1927), studi Hedley Cantril dan Gordon Allport tentang 'persuasi' (*The Psychology of Radio*, 1935) hingga ke 'opini publik' oleh Walter Lippmann (*Public Opinion*, 1922) semuanya dipengaruhi oleh perspektif psikologi sosial. Kondisi ini disebabkan terutama oleh ketertarikan psikologi sosial terhadap sikap-sikap individu yang umumnya dikombinasikan dengan minat serius untuk mendapatkan pengukuran yang akurat dan eksperimen-eksperimen yang cukup ketat, maka metode survei dan eksperimen menjadi dua instrumen yang paling umum yang digunakan para peneliti dalam pengumpulan data untuk penelitian komunikasi politik hingga dewasa ini (Gazhali, 2004: 55).

Dari ilmu politik, bidang komunikasi politik mendapat banyak pengaruh yang kemudian mengantarkannya pada beberapa periode khusus dalam kehidupan politik riil yang selalu dikaitkan dengan komunikasi politik. Pengaruh itu berawal dari para ilmuwan politik abad ke-20 yang mulai melihat politik sebagai kompetisi (persaingan) kelompok untuk mendapat sumber-sumber yang langka. Pandangan ini pertama diperkenalkan oleh Arthur Bentley

(1908). Melalui pengamatannya yang teliti terhadap realitas politik Chicago, Bentley menyimpulkan bahwa esensi dari politik adalah aksi dari kelompok-kelompok. Bentley mendefinisikan kelompok-kelompok berdasar kepentingan-kepentingan mereka. Dengan demikian Bentley memandang politik sebagai sebuah proses interaksi antara kelompok-kelompok kepentingan; dan cara pandang ini menjadi tersebar luas diantara kelompok *postwar political scientists* (kelompok ilmuwan pasca perang dunia kedua, Ryfe 2001: 409), khususnya dalam model pluralis yang dikembangkan oleh ilmuwan politik seperti Truman (1951) dan Robert Dahl dalam *A Preface to Democratic Theory* (1956). Dari perjalanan pendekatan persaingan (*competition approach*) antara kelompok-kelompok kepentingan tadi, muncullah sebuah parameter penting bagi riset komunikasi politik seperti terlihat dari proposisi bahwa kajian komunikasi dalam lapangan kampanye pemilu (*election campaign*) merupakan kasus-kasus paradigmatik dari lapangan ilmu komunikasi politik.

Karya lain yang penting untuk disebut dalam perkembangan studi komunikasi politik juga datang dari Dan Nimmo dan Keith Sanders: *Introduction: The Emergence of Political Communication as a Field* (1981); Sanders, Nimmo, dan Lynda Kaid: *Political Communication Yearbook* (1984); Nimmo dan Sanders: *The Field of Political Communication: Beyond the Voter Persuasion Paradigm* (1990); David L. Swanson dan Dan Nimmo: *New Direction in Political Communication* (1990); Robert Denton dan Gary Woodward: *Political Communication in America* (1998) serta karya-karya ilmuwan politik mutakhir yang terkait dengan isu-isu politik lembaga kepresidenan, politik media, kampanye politik, demokratisasi, inovasi politik, dan budaya politik, seperti terlihat dalam studi Robert Denton Jr: *The Symbolic Dimensions of The America Presidency* (1985/1990); Denton Jr dan Dan Han: *Presidential Communication* (1986); Mary Stuckey: *Media Use in the Contemporary Presidency* (1996); Dan Nimmo: *Politics, Media, and Modern Democracy: The United States* (1996, p. 29-48); Jay G. Blumer, Dennis Cavanagh, dan T.J Nossiter: *Modern Communications Versus Traditional Politics in Britain: Unstable Marriage of Convenience* (1996, p. 49-72); Ken Asp dan Peter Esaiasson: *The Modernization of Swedish Campaigns* (1996, p. 73-90); Klaus Schoenbach: *The "Americanization" of German Election Campaigns* (1996, p. 91-106); Ellen Michiewicz dan Andrei Richter: *Television, Campaigning, and Election in the Soviet Union and Post-Soviet Russia* (1996, p. 107-28); Karol Jakubowicz: *Television and Election in Post-1989 Poland: How Powerful is the Medium?* (1996, p. 129-54), dan Juan I. Rospir: *Political Communication and Election Campaigns in the Young*

*Spanish Democracy* (1996, p. 155-69) (lihat Swanson dan Mancini, 1996).

Pengaruh besar ketiga untuk pengembangan ilmu komunikasi politik datang dari riset-riset komunikasi massa, yang mewariskan pada bidang komunikasi politik kata-kata 'dampak' dan 'pengaruh.' Ketika para analis komunikasi politik meneliti tentang peranan dari media massa dalam kehidupan politik, mereka secara tipikal mengajukan pertanyaan-pertanyaan riset yang mencoba mengukur 'pengaruh-pengaruh' dari media massa seperti digambarkan dengan baik oleh Denis McQuail dalam *Mass Communication Theory: An Introduction* (1994). Orientasi pengukuran 'dampak' dan 'pengaruh' ini tentu saja sangat sejalan dengan pendekatan tingkah laku (*behaviorist*) yang mengukur sikap, opini, dan keyakinan pada komunikasi politik yang sudah tumbuh dengan subur seperti digambarkan David Ryfe dalam *History and Political Communication: An Introduction* (2001). Teori-teori komunikasi politik yang penting dan memiliki kiprah yang panjang, mulai dari teori *hypodermic*, *obstinate audience*, *emphaty and homifly*, *uses and gratification*, *spiral of silence*, *two-step flow*, 'agenda-setting', hingga ke teori 'framing' dan 'priming' yang memiliki akar pada penggunaan istilah 'dampak' dan 'pengaruh' tadi (Ghazali, 2004: 56; Arifin, 2011: 102-123).

Sebagai studi baru, komunikasi politik banyak meminjam disiplin ilmu lain, baik di ranah teori maupun metodologi. Sebagai contoh studi bahasa, antropologi, dan sosiologi digunakan untuk memahami kode-kode linguistik, atribut budaya, dan simbolisme dalam politik, termasuk dalam kajian-kajian komunikasi kritis, seperti semiotika (*semiotic*) dan wacana (*discourse*), hingga *cultural studies* (Rusadi, 2015). Psikologi dan psikologi sosial untuk memahami aspek komunikasi pada individu, seperti perubahan sikap (politik), efek pesan politik melalui media, dan sosialisasi politik. Ilmu politik digunakan dalam memahami sistem politik dan implikasinya pada sistem komunikasi dan proses komunikasi yang berdimensi politik atau kekuasaan, termasuk peran opini publik dalam pengambilan kebijakan, kepemimpinan politik, integrasi politik, dan berbagai bidang kajian ilmu politik lainnya.

Adapun filsafat digunakan untuk memahami aliran-aliran pemikiran yang mendasari suatu teori, sedangkan ilmu komunikasi sendiri digunakan untuk menganalisis dan memahami bagaimana proses komunikasi politik itu berlangsung dalam sebuah sistem politik. Dan Nimmo dan Keith Sanders dalam *Handbook of Political Communication* (1981) mengatakan bahwa salah satu pokok bahasan yang paling penting adalah komunikasi persuasi, karena pada intinya komunikasi politik adalah persuasi, yakni usaha manusia (komunikator) untuk

memengaruhi orang lain (komunikasikan) agar apa yang dilakukan komunikasikan sesuai dengan kehendaknya (media persuasi politik bisa berupa retorika, propaganda, iklan politik, atau penggunaan simbol-simbol politik tertentu). Penyusunan (agenda) komunikasi politik (*political communication setting*) juga merupakan sub bahasan yang dikemukakan Nimmo dan Sanders. Bahasan dalam topik ini meliputi berbagai bidang kajian komunikasi politik, seperti komunikasi dan sosialisasi politik, studi tentang kampanye dalam pemilu, komunikasi massa dan opini publik, retorika untuk gerakan politik, sistem politik, pemerintah, dan media massa serta peranan dan hubungan politisi dan pers/media massa.

Sementara menurut James Chesebro dalam *Theoretical Approaches to Political Communication* (1974):

“Komunikasi politik tampaknya muncul sebagai bidang kajian akademis (teoretis dan metodologis) dalam ilmu komunikasi yang bersifat wacana politik. Lima pendekatan komplementer terhadap ilmu politik (Machiavellian, ikonik, ritualistik, konfirmasional, dan dramatik) dapat dilihat sebagai rangkaian variasi yang menekankan pentingnya kekuasaan dan simbol-simbol politik dalam proses komunikasi. Setiap pendekatan komunikasi politik dapat secara tepat dipandang sebagai *cluster* studi tentang relasi kekuasaan, seperti digambarkan dalam pendekatan Machivellian atau studi kekuasaan simbolik, seperti yang digambarkan dalam pendekatan dramatik Kenneth Burke.”

Dalam pemahaman Chesebro di atas, setidaknya dapat diklasifikasi lima penghampiran dalam kajian komunikasi politik kontemporer, yakni: (1) perspektif Machiavellian (terkait dengan hubungan/relasi dalam kekuasaan); (2) perspektif ikonik (terkait penggunaan simbol, lambang, dan tanda sebagai aspek signifikan); (3) perspektif ritualistik (terkait dengan tindakan politik yang berlebihan dan dangkal, seperti manipulasi simbol-simbol politik—ideologi politik dan legitimasi/kewenangan kekuasaan); (4) perspektif konfirmasi (terkait aspek politik dipandang sebagai sarana dukungan dan mobilisasi—pembentukan opini publik pada khalayak); (5) perspektif dramatik (kekuasaan politik dibangun secara simbolis—melalui pencitraan atau *imagology* politik).

## **B. KONSEP DASAR**

### **1. Konsep Dasar Komunikasi**

Keith Brooks dalam *The Communicative Arts and Science of Speech* (1967) mengatakan bahwa telah cukup banyak studi yang dilakukan para sarjana

komunikasi dari berbagai latar disiplin kajian yang telah memberi kontribusi terkait pemahaman konsep dasar dan proses komunikasi. Senada dengan Brooks, Carl I. Hovland (et.al) dalam *Mathematico-Deductive Theory of Rote Learning: a Study in Scientific Methodology* (1940), juga mengungkap hal yang relatif sama, bahwa ilmu komunikasi adalah suatu sistem berpikir yang mencoba merumuskan komunikasi dalam metode ketat terkait prinsip-prinsip informasi (pesan). Tujuan dari sistem berpikir tersebut adalah agar informasi (pesan) tersebut dapat ditransmisikan dengan bentuk-bentuk yang teratur dan efektif.

Namun demikian, berbagai sarjana komunikasi sejak tradisi '*rethoric*' telah bersepakat bahwa konsepsi dasar komunikasi yang pertama dan utama adalah bagaimana manusia sebagai makhluk sosial mampu memahami dan memaknai 'pesan' (*able to understand and interpret messages*). Jika yang disampaikan bukan pesan (ide, gagasan, atau informasi) dari satu pihak kepada pihak lain (agar terjadi saling memengaruhi di antara keduanya), maka itu bukan lingkup kajian ilmu komunikasi. Untuk menyampaikan pesan secara lebih efektif, kita tentu perlu memahami proses komunikasi. Kendati bagi Chester Barnard dalam *The Function of The Executive* (1958)—seperti dikutip oleh Stewart L. Tubbs dan Syliva Moss dalam *Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi* (2005: 167)—bahwa fungsi eksekutif pertama komunikasi adalah 'mengembangkan dan memelihara sistem komunikasi.'

Bagi Michael Armstrong (1994: 110), jika kita berbicara komunikasi (baik sebagai sebuah proses maupun sistem berpikir ilmiah), maka kita harus memulai dari komunikator (*source/sender*) yang ingin mengatakan sesuatu (informasi/pesan/konten/*message*), kemudian memutuskan bagaimana cara ia mengatakan dan mentransmisikannya (melalui media/*chanell*) hingga sampai ke penerima (komunikasikan/*communicate/receiver*) dan membentuk kesan atas apa (informasi/pesan/konten/*message*) yang telah didengarnya itu, dan menerjemahkannya menurut sikap dan pengalamannya. Namun, masalah utama dalam komunikasi bagi Armstrong (1994: 111) adalah bahwa arti yang diterima oleh seseorang mungkin bukanlah apa yang dimaksudkan oleh pengirimnya. Pengirim dan penerima adalah dua orang yang hidup dalam dunia yang berbeda. Beberapa hal dapat terjadi dan mengganggu pesan yang lewat di antara mereka. Kebutuhan dan pengalaman orang cenderung untuk mewarnai apa yang mereka lihat, dengar, dan rasakan. Pesan-pesan yang tidak ingin mereka dengar ditekan, sementara yang lainnya diperbesar, yang tercipta dalam lingkungan yang sempit atau terganggu (*noise*) dari kenyataan (*context*) yang sebenarnya.



Bahasan tentang konsep dasar komunikasi dalam konteks yang relatif sama sesungguhnya telah dibahas pada bab 1 (sub bab F, poin 2 tentang 'Alur dan Komponen' komunikasi). Namun demikian, untuk melengkapi pemahaman kita tentang konsep dasar komunikasi, ada baiknya di bawah ini akan dijelaskan kembali konsep-konsep dasar dalam kajian komunikasi, terutama konsep dasar komunikasi yang kemudian banyak digunakan dalam kajian komunikasi politik. Menurut Carl Hovland dalam *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change* (1953), komunikasi adalah proses pertukaran atau penyampaian pesan antara pengirim dan penerima pesan untuk mengubah tingkah laku. Sementara John Fiske dalam *Cultural and Communication Studies* (2004) mendefinisikannya sebagai interaksi sosial yang berlangsung melalui mekanisme pesan.

Secara umum, komunikasi dapat dilihat sebagai bentuk transmisi pesan dan produksi atau sistem pertukaran makna. Pertama, sebagai transmisi pesan, Fiske melihat komunikasi sebagai suatu proses di mana pribadi seseorang mempengaruhi pribadi yang lain. Kedua, Fiske tertarik pada bagaimana pengirim dan penerima mengkonstruksi pesan (*encode*) dan menerjemahkannya (*decode*), dan dengan bagaimana transmitter menggunakan saluran dan media komunikasi. Bila efek yang terjadi tak sesuai dengan harapan, ia cenderung berbicara tentang kegagalan komunikasi, dan ia melihat ke tahap-tahap dalam proses tersebut guna mengetahui di mana kegagalan tersebut terjadi. Singkatnya, ia cenderung memusatkan dirinya pada 'tindakan' komunikasi.

Kedua, sebagai produksi dan sistem pertukaran makna, ia berkenaan dengan bagaimana pesan berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna bersama, yang berkenaan dengan peran teks dalam kebudayaan. Bila efek yang diharapkan tak terpenuhi, ia menganggap sebagai akibat dari perbedaan budaya antara pengirim dan penerima pesan, bukan karena adanya kesalahpahaman atau gangguan. Namun, komunikasi juga harus merinci unsur-unsur dan dinamika yang terdapat di dalamnya. Sebelum memeriksa unsur-unsur komunikasi, kita harus memiliki suatu definisi yang menegaskan unsur-unsur tersebut dan hubungan antarunsur.

Komunikasi juga bisa didefinisikan sebagai suatu proses dinamika transaksional yang mempengaruhi perilaku sumber dan penerimanya dengan sengaja menyandi (*to code*) perilaku mereka untuk menghasilkan pesan yang mereka salurkan lewat suatu saluran (*channel*) guna merangsang atau memperoleh sikap atau perilaku tertentu. Komunikasi hanya akan

lengkap bila penerima pesan memberi makna kepadanya dan terpengaruh olehnya. Dalam transaksi ini harus dimasukkan semua stimuli sadar-tak sadar, sengaja-tak sengaja, verbal-nonverbal, dan konstektual yang berperan sebagai isyarat-isyarat kepada sumber dan penerima tentang kualitas dan kredibilitas pesan (Surachman, 2009: 4).

Judy C. Pearson, dkk. dalam *Human Communication* (2000: 10), menyebut bahwa tujuan dari komunikasi adalah 'untuk membuat kesamaan' atau 'untuk berbagi'. Dengan demikian, konsepsi dasar komunikasi adalah suatu bidang kajian yang berkepentingan untuk memahami dan memaknai proses atau mekanisme penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan maksud tercapainya kesamaan makna atas pesan tersebut. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat berupa bahasa, baik bahasa dalam arti verbal maupun non verbal. Pemahaman mengenai konsepsi dasar komunikasi (baik ditelisik dari segi filsafat, teori, metode, struktur, strategi, implementasi, dan perkembangannya) sangat diperlukan guna membuktikan bahwa komunikasi adalah sebuah bidang kajian ilmiah yang sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia.

Mengacu pada konsepsi dasar komunikasi seperti dijelaskan secara ringkas di atas, memungkinkan kita mengidentifikasi kembali beberapa konsep dasar komunikasi. Laswell (dalam Sanjaya, 2012) misalnya, mengidentifikasi lima konsep dasar komunikasi, yakni: (1) 'komunikator' (juga biasa disebut sumber/*source* atau pengirim pesan/*sender*), (2) 'pesan' (*message*), (3) 'media' (juga biasa disebut saluran/*channel*), (4) 'komunikan' (juga biasa disebut sebagai penerima pesan/*receiver*), dan (5) 'efek' (juga biasa disebut sebagai pengaruh/*influence*) (penjelasan lebih rinci tentang konsep dasar komunikasi Laswell, lihat pada bab I, sub bab F, poin 2 tentang "Komponen").

Sementara konsep (komponen) dasar komunikasi menurut David Berlo yang dikenal sebagai model 'SMCR' yang terdiri atas 4 (empat) konsep utama, yakni *Source*, *Message*, *Channel*, dan *Receiver* (dalam Straubhaar, dkk., 2009). Keempat konsep utama tersebut dapat dijelaskan berikut: (1) *source* (S), yakni komunikator atau sumber informasi; (2) *message* (M), yakni pesan atau informasi yang akan disampaikan; (3) *channel* (C), yakni saluran komunikasi (medium atau transmisi) yang digunakan untuk menyampaikan informasi; dan (4) *receiver* (R), yakni penerima pesan atau informasi. Dalam konsep dasar komunikasi model Berlo, juga terdapat empat varian penting lainnya, yakni proses *encoding* (atau penyandian pesan oleh komunikator atau sumber informasi), yakni proses yang menerjemahkan ide ke dalam suatu bentuk agar dapat dikomunikasikan;

proses *decoding* (atau penyandian balik pesan dari komunikan atau penerima informasi/*receiver*), yakni proses yang menerjemahkan ide yang diterima ke dalam bentuk informasi sehingga dapat dimengerti; *effect* (E), yaitu dampak yang ditimbulkan/diharapkan dari penyampaian pesan atau informasi; *feedback* (umpan balik), yakni respons dari penerima pesan (komunikan) yang dapat membentuk atau mengubah pesan berikutnya yang disampaikan oleh sumber komunikasi (komunikator); dan *noise* (gangguan), yakni hal atau apa saja yang dapat mengganggu dalam proses transmisi pesan.

Selanjutnya, Charles Egerton Osgood dan Wilbur Schramm menyebut 9 (sembilan) konsep utama komunikasi (dalam model komunikasi sirkulernya), yakni: (1) *sender* (*transmitter*): orang yang mengirimkan pesan; (2) *encoder*: orang yang mengubah pesan ke dalam bentuk kode; (3) *decoder*: orang yang mendapatkan pesan yang telah di-*encode* yang telah dikirimkan oleh *encoder* dan mengubahnya ke dalam bahasa yang dapat dimengerti oleh orang lain; (4) *interpreter*: orang yang mencoba untuk memahami dan menganalisa pesan. Pesan diterima setelah interpretasi. *Interpreter* dan *receiver* adalah orang yang sama; (5) *receiver*: orang yang menerima pesan yang melakukan proses *decoding* dan menginterpretasikan pesan-pesan aktual; (6) *message*: data yang dikirimkan oleh pengirim pesan dan informasi yang diterima oleh penerima pesan; (7) *feedback*: proses merespon pesan yang diterima oleh penerima pesan; (8) *medium*: media atau saluran yang digunakan oleh pengirim pesan untuk mengirim pesan; dan (9) *noise*: gangguan yang terjadi selama proses komunikasi berlangsung. Gangguan juga dapat berupa gangguan semantik dimana terjadi perbedaan dalam pemaknaan pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan dan pemaknaan pesan yang diinterpretasi oleh penerima pesan (<https://study.com/academy/lesson/>).

Berikutnya, konsep dasar komunikasi menurut Frank Dance (1970), terdiri dari 4 (empat) konsep utama, meliputi: (1) 'pengirim' (komunikator atau *sender*), yakni pihak yang mengirimkan pesan pada pihak lain; (2) 'penerima' (*communicate* atau *receiver*), yakni pihak yang menerima pesan dari pihak lain; (3) 'pesan' (*message*), yakni isi (konten) atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain; dan (4) 'tindak balas' (*feedback*), yakni tanggapan dari penerimaan pesan atas isi yang disampainya.

Sementara Ambar (2017) menetapkan 10 (sepuluh) konsep dasar komunikasi, yakni: (1) komunikator, *source* atau *sender* (selaku sumber atau pengirim pesan); (2) pesan, *content* atau isi berita (*message*); (3) penyandian atau

pengodean (*encoding*) dari komunikator kepada komunikan; (4) media atau saluran komunikasi (*channel*); (5) penerjemahan balik (*decoding*) dari komunikan sebagai hasil penyandian/pengodeaan komunikator; (6) penerima pesan/komunikate (*communicate/receiver*); (7) umpan balik (*feedback*); (8) konteks (*context*); (9) gangguan (*noise*), dan (10) efek (*effect*).

## 2. Konsep Dasar Politik

### a. Kekuasaan (*Power*)

Pada awalnya, kekuasaan (negara) adalah konsep penting dalam kajian ilmu sosiologi. Lusinan karya para ahli ilmu sosial telah menghiasai isu kekuasaan (negara), diantaranya adalah Karl Marx dengan teori 'Marxis klasik'-nya, Althusser; Poulantzas dan Miliband dengan teori 'Marxis kontemporer'-nya; Machiavelli dan Hobbes dengan teori 'realisme'-nya; Arnold Rose, Peter Bentley, Talcott Parsons dan Neil Smelser dengan teori 'pluralisme'-nya; Seymour Martin Lipset dan Robert Dahl dengan teori pluralisme elite-nya; Vilfredo Pareto, Gaetano Mosca dan Robert Michels dengan *classic elite theory*-nya; Max Weber dengan teori 'birokrasi'-nya; serta C. Wright Mills dan W. Domhoff dengan teori 'elite kontemporer'-nya (Mawardi, 2019: 74).

Kajian kekuasaan yang didominasi oleh para sarjana sosiologi tersebut kemudian menjadi rujukan atau referensi bagi para ahli ilmu politik untuk meletakkan definisi kekuasaan di atas bangunan karya para sosiolog tersebut. Abraham Kaplan misalnya, menyebut kekuasaan sebagai salah satu konsep penting dalam politik. Karena bagi Kaplan, kekuasaan menyangkut kemampuan pelaku untuk memengaruhi tingkah laku pelaku lain sedemikian rupa, sehingga tingkah laku pelaku terakhir (individu atau kelompok yang dipengaruhi tersebut) mengikuti keinginan dari pelaku yang memiliki kekuasaan (Surbakti, 1992: 57). Sementara Robert Dahl (1957: 202-3) menyebut kekuasaan sebagai konsep yang berkaitan dengan perilaku, misalnya seseorang (A) bisa dikatakan memiliki kekuasaan atas orang lain (B) apabila ia (si A) dapat melakukan sesuatu yang sesungguhnya tidak dikehendaki oleh orang lain (si B).

Pada sisi lain, Wright Mills dalam *Power Elite* (1956) menyebut kekuasaan (yang dikendalikan oleh para elite) berbentuk piramida. Bagian paling puncak dari piramida kekuasaan diduduki oleh elite berkuasa, yakni para elite yang menguasai tiga sektor: pengusaha, penguasa dan militer; lapis kedua diduduki para pemimpin opini lokal (*local opinion leader*), cabang legislatif pemerintah, dan kelompok berkepentingan; lapis ketiga adalah orang tidak memiliki kekuasaan

dan orang yang tidak terorganisasi baik secara ekonomi dan politik (Ritzer dan Goodman, 2004).

Namun, Steven Lukes dalam *Power: A Radical View* (1974) berpendapat bahwa definisi seperti itu gagal mengungkap dimensi lain dari kekuasaan, seperti kekuatan untuk membentuk agenda dan preferensi politik secara lebih luas. Seperti dikatakan Lukes: "*this move opens the possibility that there is more to power relations than visible conflict between the opposing wants of different people*" .... (langkah ini membuka kemungkinan bahwa ada lebih banyak hubungan kekuasaan daripada konflik yang terlihat antara keinginan yang berlawanan dari orang yang berbeda) (Piper, 2005: 118). Definisi kekuasaan dari Lasswell justru lebih realistis. Menurut Laswell dalam *Politics: Who Gets What, When, How* (1936), politik adalah tentang 'siapa mendapatkan apa, kapan, dan bagaimana'. Lasswell juga memasukkan dimensi ekonomi ke dalam isu politik: politik juga terkait dengan distribusi sumber daya atau keputusan tentang 'siapa mendapatkan apa' (open.edu/openlearn/).

Miriam Budiardjo (2015: 59-62) malah melihat 'kekuasaan' secara konseptual berbeda dengan 'kekuasaan politik'. Jika kekuasaan adalah kemampuan seseorang atau sekelompok orang untuk memengaruhi tingkah laku orang atau kelompok lain (sehingga tingkah lakunya sesuai dengan keinginan/tujuan orang yang memiliki kekuasaan itu), maka kekuasaan politik adalah kemampuan untuk memengaruhi kebijaksanaan umum, baik dalam konteks pembentukannya maupun akibat-akibatnya yang ditimbulkan (yang sesuai dengan tujuan dan kepentingan si pemegang kekuasaan itu). Dalam arti politik, kekuasaan tidak bisa dipisahkan dari kemampuan penggunaan sarana kekuasaan atau *matchforming* (baik penggunaan kekuasaan dalam arti positif-persuasif maupun dalam arti negatif-represif).

Menurut Surbakti (1992: 57), dalam kajian ilmu politik ada sejumlah varian konsep yang terkait dengan konsep besar kekuasaan, yang masing-masing memiliki definisi tersendiri, seperti *influence* (pengaruh), *persuasion* (persuasi), *manipulation* (manipulasi), *coercion* (kekerasan), paksaan (*force*) atau penggunaan kekuatan dengan kekerasan fisik (*force or violence*). Sub varian dari konsep atau pengertian kekuasaan seperti dimaksud Surbakti (*influence*, *persuasion*, dan *manipulation*) juga menjadi konsep penting dalam kajian komunikasi politik, terutama kajian komunikasi dengan paradigma konstruktivis, kritis, dan posmodernis.

## b. Kewenangan (*Authority*)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, versi elektronik), kewenangan berasal dari kata *wewenang* yang berarti “mempunyai (atau mendapat) hak dan kekuasaan untuk melakukan sesuatu.” Namun, wewenang atau kewenangan seringkali diberi makna yang sama dengan kekuasaan, atau kewenangan seringkali dipertukarkan dengan istilah kekuasaan. Bahkan lebih dari itu, istilah kewenangan seringkali disamakan dengan wewenang ([kbbi.web.id/wewenang](http://kbbi.web.id/wewenang)).

Sementara menurut Syafrudin (2000: 22), kewenangan adalah kekuasaan formal, kekuasaan yang diberikan oleh undang-undang atau dari kekuasaan eksekutif. Terdapat perbedaan antara kewenangan dengan wewenang, kewenangan (*authority gezag*) adalah apa yang disebut kekuasaan formal, kekuasaan yang berasal dari kekuasaan yang diberikan oleh Undang-Undang, sedangkan wewenang (*competence bevoegheid*) hanya mengenai suatu ‘*onderdeel*’ (bagian) tertentu saja dari kewenangan. Di dalam kewenangan terdapat wewenang-wewenang (*rechtsbevoegdheden*). Wewenang merupakan lingkup tindakan hukum publik, lingkup wewenang pemerintahan, tidak hanya meliputi wewenang membuat keputusan pemerintah (*bestuur*), tetapi meliputi wewenang dalam rangka pelaksanaan tugas, dan memberikan wewenang serta distribusi wewenang yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan.

Mengacu pada pengertian di atas, kajian ilmu hukum memosisikan kewenangan sebagai konsep yang berkaitan dengan kekuasaan yang sah (*legitimate power*). Henc Van Marseeven bahkan menyebut tidak semua kekuasaan berkaitan dengan hukum, dan kekuasaan jenis ini masuk dalam kategori ‘*blote macht*’ atau kekuasaan yang tidak sah secara hukum (*illegitimate power*) (Mulyosudarmo, 1990: 30). Sementara kekuasaan yang berkaitan atau berlandaskan pada prinsip-prinsip hukum, oleh Max Weber disebut sebagai kekuasaan yang memiliki ‘wewenang rasional’ atau ‘otoritas legal’ (*rational or legal authority*), yakni bentuk kekuasaan (negara) yang dilatari oleh kewenangan legal sebagai suatu kaidah atau norma hukum yang mengikat (bersifat otoritatif), yang diakui dan dipatuhi oleh masyarakat (Setiardja, 1990: 5).

Menurut Surbakti (1992: 85-6), kewenangan adalah kekuasaan, namun kekuasaan tidak selalu berupa kewenangan. Kewenangan merupakan kekuasaan yang memiliki keabsahan (*legitimate power*), sedangkan kekuasaan tidak selalu memiliki keabsahan. Namun demikian, kekuasaan terkadang memiliki kekuatan untuk memengaruhi pemegang kewenangan, misalnya kekuasaan politik memiliki pengaruh besar terhadap pembuat dan pelaksana keputusan (*political*

*power has a major influence on decision makers and implementers).*

### **c. Legitimasi (*Legitimacy*)**

Legitimasi merupakan satu konsep penting dalam kajian ilmu politik. Legitimasi berkaitan dengan keabsahan atau penerimaan masyarakat terhadap penguasa atau pihak yang memiliki otoritas. Kekuasaan tanpa legitimasi hanya akan melahirkan pembangkangan politik, *chaos*, dan *anarchy*. Legitimasi akan menciptakan stabilitas politik (*political order*) dan perubahan sosial akan berlangsung tertib. Menurut Samuel Huntington dalam *Political Order in Changing Societies* (1968), melalui legitimasi politik, pengakuan dan penerimaan masyarakat, tertib politik dan stabilitas sosial (termasuk kondusifitas kinerja pemerintahan dalam membuat keputusan politik dan kebijakan sosial-pembangunan) bisa berjalan secara tertib, kontinyu, dan efektif.

Kondisi sosial dan politik dalam masyarakat di satu negara (seperti negara maju dengan struktur pembagian kerja dan profesi masyarakat yang kompleks; dan negara berkembang dengan struktur pembagian kerja dan profesi masyarakat yang lebih sederhana) akan sangat memengaruhi pengakuan dan dukungan politik publik kepada pemerintah—apakah dalam wujud dukungan/legitimasi tradisional, legitimasi ideologi, legitimasi kualitas pribadi, legitimasi prosedural atau legitimasi instrumental. Dalam struktur masyarakat yang kompleks, tipe legitimasi publik cenderung bersifat prosedural, sedangkan dalam masyarakat dengan struktur sosial yang relatif sederhana tipe legitimasi cenderung bersifat substansial (Surbaki, 1992: 85-6).

Bagi Gaetano Mosca dalam *The Ruling Class* (1939), pengakuan terhadap elite memerintah yang *legitimate* akan melahirkan keyakinan. ‘*the rullers*’ (pemimpin atau penguasa) akan dipatuhi kepemimpinannya. Kebijakan, keputusan atau aturan politik yang lahir dari pemimpin yang *legitimate* akan mendapat dukungan publik (Mosca, 1961: 602). Sementara bagi David Easton, legitimasi adalah keyakinan dari anggota masyarakat yang mentaati dan menerima berbagai kebijakan yang dibuat dan haknya telah dipenuhi oleh sebuah rezim penguasa. Legitimasi merupakan sebuah konsep keterikatan yang kuat antara pemimpin/pemerintah dan masyarakat yang dipimpin (Alonso, et.al. 2011: 80).

Di sisi lain, bagi Heywood (2014: 138-9) legitimasi harus dimaknai dalam tiga hal berikut: (1) kekuasaan harus diselenggarakan dengan aturan formal dan baku; (2) aturan tersebut harus dibenarkan dalam cara pandang keyakinan bersama (*commons goods*), baik dari sisi penerima legitimasi maupun pemberi

legitimasi; dan (3) legitimasi harus dibuktikan melalui ekspresi persetujuan dari pihak yang diperintah.

Lalu bagaimana cara meraih dan melihat bentuk legitimasi. Menurut Hermawan (2001: 97) legitimasi dapat diraih melalui tiga cara: (1) simbolis, (2) prosedural, dan (3) material. Cara simbolis melalui penggunaan simbol-simbol untuk memanipulasi moral, nilai-nilai, dan tradisi dalam masyarakat. Cara prosedural melalui pemilihan umum sebagai mekanisme untuk meraih kekuasaan yang sah. Cara material melalui pemberian/pemenuhan aspek-aspek material kepada masyarakat (seperti kesejahteraan, lapangan kerja, subsidi kesehatan, dan sejenisnya).

Sedangkan dari sisi bentuk, menurut Charles Andrain (*Political Live and Social Changes*, 1970) legitimasi dapat diklasifikasi dalam lima jenis, yakni: legitimasi tradisional, legitimasi ideologi, legitimasi kualitas pribadi, legitimasi prosedural, dan legitimasi instrumental. Legitimasi tradisional merupakan pengakuan masyarakat terhadap pemimpinnya yang dianggap sebagai keturunan bangsawan atau berdarah biru. Legitimasi ideologi adalah pengakuan masyarakat terhadap pemimpin dengan kesamaan ideologi yang dianut. Legitimasi kualitas pribadi merupakan kualitas pemimpin yang kharismatik dan memiliki prestasi sehingga mendapatkan pengakuan dan dukungan dari masyarakat. Legitimasi prosedural adalah pemimpin yang diberi wewenang oleh undang-undang dan kekuasaannya sah menurut hukum. Legitimasi *instrumental* (material) adalah kemampuan pemimpin dalam menjanjikan atau memberikan kesejahteraan yang bersifat material sehingga meraih dukungan dan legitimasi masyarakat (Surbakti, 1992: 97-8).

Mengacu pada prinsip pengakuan dan dukungan masyarakat terhadap elite/rezim pemerintahan, maka bentuk legitimasi tradisional, ideologi, dan kualitas pribadi cenderung menggunakan cara simbolis-kharismatis dalam upaya mencari atau mempertahankan legitimasi/kekuasaannya. Sementara elite/rezim pemerintah yang meraih legitimasi atas dasar prosedural dan instrumental relatif menggunakan cara-cara yang objektif-rasional (prosedur dan aturan formal) dalam meraih dan mempertahankan legitimasi/kekuasaannya (Surbakti, 1992: 97).

Dari catatan di atas, dapat disimpulkan bahwa legitimasi adalah sikap penerimaan (*acceptence*) masyarakat atas (sebuah) kekuasaan (otoritas) politik; sikap penerimaan, pengakuan, dan dukungan (legitimasi) sangat penting bagi bekerjanya mesin kekuasaan politik negara secara efektif; legitimasi adalah



konsep yang didalamnya mengandung unsur kewenangan (*authority is legitimate power*); terdapat berbagai cara untuk meraih legitimasi di luar jalur kekuasaan formal, seperti elite yang melakukan manipulasi moral, nilai, dan tradisi yang hidup, tumbuh, dan berkembang di dalam kehidupan masyarakatnya.

#### **d. Pengaruh (*Influence*)**

Dalam konteks politik, pengaruh tentu terkait dengan aspek kekuasaan atau aspek kewenangan. Sementara dalam arti umum, pengaruh adalah “kekuatan yang ada atau yang timbul dari sesuatu, seperti orang, benda yang turut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang” (kbbi.web.id/pengaruh). Dalam konteks komunikasi, pengaruh (*influence*) adalah daya yang timbul pada khalayak sebagai akibat dari pesan komunikasi, yang mampu membuat mereka melakukan atau tidak melakukan sesuatu (Effendy, 1989: 176). Dalam konteks pendidikan, Surakhmad (1982: 7) menyebut pengaruh sebagai kekuatan yang muncul dari suatu benda atau orang; atau dapat juga berbentuk gejala yang dapat memberikan perubahan terhadap apa-apa yang ada di sekelilingnya.

Dalam konteks sosiologi, pengaruh (*influence*) biasanya masuk dalam konsep interaksi yang bisa berlangsung dalam proses adaptasi atau sosialisasi. Interaksi merupakan suatu aktivitas yang bertujuan agar pihak yang dipengaruhi mematuhi kaidah-kaidah serta nilai-nilai yang berlaku dan dianut oleh masyarakatnya. Tujuan pokok interaksi itu bukan semata-mata agar kaidah dan nilai-nilai itu dapat dimengerti, tetapi lebih dari itu agar manusia bersikap dan bertindak sesuai dengan kaidah-kaidah dan nilai-nilai yang berlaku. Proses interaksi (atau proses saling memengaruhi itu) bisa melibatkan unsur-unsur yang baik atau bisa juga unsur lain yang dianggap salah dan buruk. Unsur mana yang paling berpengaruh, biasanya tergantung dari sikap-mental pihak yang dipengaruhi: sejauh mana pihak penerima mampu menyaring unsur-unsur luar yang diterimanya melalui proses interaksi atau pengaruh memengaruhi itu (Fata, 2015: 148).

Sementara dalam konteks psikologi, pengaruh terkait dengan beberapa konsep, seperti: konsep ‘konformitas’ (pengaruh dalam wujud perubahan sikap atau perilaku untuk memenuhi norma sosial yang baik di lingkungan sosial), konsep ‘kepatuhan’ (pengaruh dalam bentuk perubahan sikap atau perilaku karena perintah dari individu atau kelompok lain), konsep ‘kesediaan’ (pengaruh dalam bentuk perubahan sikap atau perilaku karena individu mengharapkan

tanggapan positif dari orang lain), konsep 'identifikasi' (ketika individu meniru perilaku sikap individu atau kelompok lain karena adanya peran pengaruh sosial), dan konsep 'internalisasi' (individu bisa dikatakan telah menginternalisasi pengaruh sosial jika sesuai dengan apa yang ia yakini dan sesuai dengan sistem nilai yang dianutnya karena hal itu dianggap sebagai sesuatu yang memuaskan) (Baron dan Branscombe, 2012).

Di ranah ilmu politik, pengaruh adalah konsep kunci yang tidak hanya mendapat perhatian untuk terus dikaji, namun juga menuai perdebatan dikalangan para ahli ilmu politik. Seperti didefinisikan Robert Dahl (1994), pengaruh adalah setiap pola hubungan yang kokoh antarmanusia dan melibatkan secara cukup mencolok pengaruh (baik dalam rangka pengendalian kekuasaan atau dalam bentuk intervensi kewenangan). Bagi Dahl, pada prinsipnya politik adalah suatu jaringan koneksi antarkepentingan dan interaksi antarmanusia yang terkait dengan bagaimana (pengaruh) kekuasaan diperoleh, ditransfer, dan dipraktikkan.

Dengan menggunakan definisi ini, bisa dikatakan bahwa pengaruh (politik) tidak hanya terjadi pada sistem pemerintahan, namun juga terjadi pada organisasi formal, badan usaha, klub-klub pribadi, organisasi keagamaan, kelompok suku primitif, marga, dan bahkan pada unit terkecil bernama keluarga. Pusat analisis politik adalah kekuasaan dan pengaruh. Kekuasaan didefinisikan sebagai potensi seorang aktor dapat memengaruhi aktor lain, sehingga aktor lain tersebut menuruti kemauan aktor pertama. Dalam kontes saling pengaruh-memengaruhi ini, maka tiap-tiap aktor akan saling beradu kekuasaan untuk memenangkan kontestasi 'kepentingan,'dimana masing-masing menggunakan taktik kekuasaannya (Siswanto, 2007: 160).

#### **e. Rezim (*Regime*)**

Dalam peristilahan yang biasa digunakan dalam kajian ilmu politik, rezim (Prancis: *régime*) adalah bentuk pemerintah atau seperangkat aturan, norma budaya, atau nilai-nilai sosial yang mengatur beroperasinya suatu pemerintah atau lembaga dan interaksinya dengan masyarakat (id.wikipedia.org). Definisi Webster menyebut bahwa kata *régime* hanya merujuk pada "bentuk pemerintahan" (*a government in power or a period of rule*—pemerintah yang berkuasa atau masa pemerintahan) (merriam-webster.com/), sementara menurut *Oxford English Dictionary* mendefinisikan rezim sebagai "metode atau sistem pemerintahan, terutama yang belum dipilih secara adil, seperti rezim fasis, totaliter, atau militer;

atau sebuah rezim yang menindas atau brutal.” (oxfordlearnersdictionaries.com).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), rezim adalah sebuah “tata pemerintah negara; pemerintahan yang berkuasa; sistem pengelola pemerintahan yang dijalankan oleh militer” (kbbi.web.id/rezim). Sementara mengutip Fred Judson dalam *Anti-Imperialism in the Cuban Rebel Army: The Sum of Precedents and Experiences of Armed Struggle* (1983), rezim didefinisikan sebagai “hubungan antara negara, masyarakat, pasar, dan sisipan global yang membentuk watak pemerintahan dalam mengendalikan kekuasaan politik.”

Menurut Evan Moris (2002), secara teoretis istilah rezim pada awalnya tidak mengandung implikasi apapun tentang pemerintahan tertentu yang dirujuknya, dan kebanyakan ilmuwan politik menggunakannya sebagai sebuah istilah yang netral. Namun istilah ini sering digunakan dalam budaya populer dengan pengertian negatif atau menghina, sebagai rujukan kepada pemerintah yang dianggap menindas, tidak demokratis atau tidak sah, sehingga dalam konteks ini, kata tersebut mengandung makna penolakan moral ataupun oposisi politik. Misalnya, kita barangkali tidak akan mendengar kata ‘sebuah rezim demokratis.’

Kata rezim (*régime*) adalah padanan kata untuk semua jenis pemerintahan, tetapi istilah ini kemudian mengalami pergeseran makna. Penggunaan di era modern lebih berkonotasi negatif, karena menyiratkan pada suatu bentuk pemerintahan otoriter atau kediktatoran. Penggunaan lain dari kata ‘rezim’ dalam politik internasional berkaitan dengan badan-badan pengaturan internasional (seperti rezim internasional) yang fungsi dan eksistensinya berada di luar kontrol rezim nasional (id.wikipedia.org).

#### **f. Negara/Bangsa (State/Nation)**

Negara dan bangsa adalah dua entitas yang berbeda, kendati dalam banyak hal kadang dianggap sama atau kerap digunakan secara bergantian. Negara dan bangsa merupakan dua konsep penting dalam kajian ilmu politik. Para sarjana ilmu politik sangat menekankan negara sebagai inti dari politik (*politics*), dimana pusat perhatian dalam studi negara ada pada lembaga-lembaga kenegaraan serta bentuk formalnya. Definisi atau pengertian negara secara formal ini dianggap bersifat tradisional dan sempit ruang lingkungnya—dikenal sebagai pendekatan institusional (*institutional approach*).

Filsuf Prancis John Locke (1632-1704) mendefinisikan negara sebagai “sebuah lembaga yang terbentuk sebagai hasil dari perjanjian yang telah disepakati oleh anggota masyarakat secara bersama-sama.” Filsuf Jerman Goerg Wilhelm

Friedrich Hegel (1770-1831) mendefinisikan negara adalah “organisasi kesesuaian yang timbul sebagai sintesis antara kemerdekaan individu dengan kemerdekaan universal.” Georg Jellinek (1851-1911) mendefinisikan negara sebagai “organisasi kekuasaan dari kelompok manusia yang telah berdiam di suatu wilayah tertentu.” Sementara Roelof Krannenburg (1880-1956) mendefinisikan negara sebagai “suatu organisasi yang timbul karena kehendak dari suatu golongan atau bangsanya sendiri.”

Dalam perjalanannya, pengertian dan konsep tentang negara terus berkembang sesuai dengan realitas politik kekinian yang kian kompleks dan terus bergerak, dan karenanya *meaning* dan *conception* tentang negara juga harus berubah. Pengertian dan konsep negara ditangan para ahli ilmu sosial dan politik mengalami berbagai penyesuaian (redefinisi, adaptasi) dan formulasi baru (*new formulated*). Di bawah ini akan coba dirangkum beberapa pendapat para ahli ilmu sosial dan politik kontemporer tentang negara (Astawa, 2017; Sangaji, 2012; Damsar, 2010: 100-102):

- Robert Morrison MacIver dalam *The Web of Government* (1947) mendefinisikan negara sebagai: “asosiasi yang menyelenggarakan penertiban dalam suatu wilayah berdasarkan sistem hukum yang diselenggarakan oleh pemerintah dengan kekuasaan memaksa.”
- Roger Henry Soltau dalam *An Introduction to Politics* (1951) mendefinisikan negara sebagai: “suatu alat atau wewenang yang mengatur atau mengendalikan persoalan bersama atas nama masyarakat.”
- Stephen Krasner dalam *Defending the National Interest* (1978) mendefinisikan negara sebagai: “sejumlah peran dan institusi yang memiliki dorongan dan tujuan khusus yang berbeda dari kepentingan kelompok tertentu manapun dalam masyarakat.”
- Eric Nordlinger dalam *On the Autonomy of the Democratic State* (1981) mendefinisikan negara sebagai: “semua individu yang memegang jabatan di mana jabatan tersebut memberikan kewenangan kepada individu-individu untuk membuat dan menjalankan keputusan-keputusan yang dapat mengikat pada sebagian atau keseluruhan dari segmen-segmen dalam masyarakat.”

Secara lebih elaboratif, dengan mengompilasi sejumlah definisi, Firdaus (2008) menyebut negara sebagai:

“Suatu organisasi di antara sekelompok atau beberapa kelompok manusia yang secara bersama-sama mendiami suatu wilayah (teritorial) tertentu dengan mengakui adanya suatu pemerintahan yang mengurus tata tertib dan keselamatan sekelompok atau beberapa kelompok manusia yang ada di wilayahnya. Organisasi negara dalam suatu wilayah bukanlah satu-satunya organisasi, ada organisasi-organisasi lain (keagamaan, kepartaian, kemasyarakatan dan organisasi lainnya yang masing-masing memiliki kepribadian yang lepas dari masalah kenegaraan). Kurang tepat apabila negara dikatakan sebagai suatu masyarakat yang diorganisir. Adalah tepat apabila dikatakan diantara organisasi-organisasi di atas, negara merupakan suatu organisasi yang utama di dalam suatu wilayah karena memiliki pemerintahan yang berwenang dan mampu untuk dalam banyak hal campur tangan dalam bidang organisasi-organisasi lainnya.”

Sebagai pusat kekuasaan politik, negara merupakan inti dari pendekatan institusional. Pendekatan institusional menempatkan institusi negara sebagai kajian utama (meliputi peraturan, prosedur, dan organisasi formal pemerintahan), dan biasanya menggunkan konsep ilmu hukum dan sejarah untuk menjelaskan. Fokus dari pendekatan institusional adalah negara dari segi konstitusional dan yuridisnya, menyangkut undang-undang, kedaulatan, kedudukan kekuasaan formal serta yuridis dari lembaga-lembaga negara. Setidaknya terdapat lima karakteristik utama pendekatan ini, yakni (Marsh dan Stoker, 2011: 109):

1. Legalisme (*legalism*), yang mengkaji aspek hukum, yaitu peranan pemerintah dalam mengatur hukum.
2. Strukturalisme (*structuralism*), yakni berfokus pada perangkat kelembagaan utama atau menekankan pentingnya keberadaan struktur dan struktur itu pun dapat menentukan perilaku seseorang.
3. Holistik (*holism*), yang menekankan pada kajian sistem yang menyeluruh atau holistik dalam artian lembaga eksekutif, legislatif maupun yudikatif digunakan dalam pengonsepan idealnya.
4. Sejarah (*historicism*), yang menekankan analisisnya pada aspek sejarah, seperti sejarah kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya.
5. Analisis normatif (*normative analysis*) yang menekankan analisisnya pada aspek-aspek normatif sehingga akan terfokus pada penciptaan pemerintahan yang baik (*good government*).

Perspektif institusional yang dipengaruhi oleh cara berpikir pendekatan tingkah laku (behavioral) lebih condong melihat politik dan kebijakan publik sebagai hasil dari perilaku kelompok besar (massa), dan pemerintah bertindak sebagai institusi fasilitator atas kegiatan kelompok (massa) itu. Bentuk dan sifat dari institusi ditentukan oleh para aktor. Posisi dan kedudukan dari institusi-institusi pemerintah dalam aktivitas kebijakan publik tidak menjadi prioritas utama kajian.

Ketidakpuasan para sarjana ilmu sosial dan politik terhadap definisi atau konsep negara seperti dikembangkan oleh para penganut pendekatan institusional telah melahirkan pendekatan kritis dalam ilmu politik, seperti negara sebagai sarana 'hegemoni' (Antonio Gramsci), negara sebagai 'aparatus represif' (Louis Althusser), dan negara sebagai instrumen bagi kepentingan kelas dominan (teori negara instrumental). Ketiga pendekatan tersebut menimba gagasan kritis tentang negara dari Karl Marx.

Karl Marx misalnya, dalam *Selected Works Volume I* (1962) mendefinisikan negara dalam kalimat berikut:

"... di dalam pengertiannya yang sebenarnya, kekuasaan politik (atau negara adalah) kekuasaan terorganisasi dari suatu kelas untuk menindas kelas yang lain ..... eksekutif negara modern adalah sebuah komite yang mengelola kepentingan bersama kaum borjuis secara keseluruhan."

Sementara Richard Thompson dalam *Theories of Ethnicity: A Cultural Appraisal* (1989) mendefinisikan negara sebagai: "institusi kekuasaan yang membangun hubungan sosial yang bersifat dominatif"

Gramsci dalam *Selection from the Prison Notebook* (dalam Antonio Gramsci, 2013) juga memperkenalkan konsep hegemoni dalam kaitannya dengan negara. Dengan kerangka berpikir Marxisme, Gramsci mendefinisikan:

"... negara meliputi kompleksitas aktivitas teoritis dan praksis, dengannya kelas yang berkuasa tidak hanya membenarkan dan memelihara dominasinya, tetapi juga mengatur untuk memenangkan persetujuan aktif dari kelas-kelas yang dipimpin ...."

Sementara dalam *Intellectuals and Hegemony*, Gramsci (2013; lihat juga Femia, 1998 dan Prastowo, 2008) menyebut hegemoni sebagai:

"... kekuatan pengaruh kepemimpinan dalam bentuk moral maupun intelektual, yang membentuk sikap kelompok yang dipimpin yang ditandai oleh citra konsensual yang diciptakan melalui pengaruh terselubung lewat pengetahuan yang disebarkan melalui perangkat-perangkat kekuasaan ataupun dengan pemaksaan ... yang dilakukan melalui tiga tingkatan hegemoni, yakni: hegemoni total (*integral*), hegemoni yang merosot (*decadent*), dan hegemoni yang minimum."

Sementara mengutip Gundogan (2008: 45):

"... hegemoni tidak hanya mengacu pada kepemimpinan ideologis dan budaya dari kelompok yang berkuasa .... dimana cara meraihnya tidak hanya melalui persetujuan yang diperoleh dari kelompok yang diperintah, namun hegemoni juga dilakukan (negara) melalui jalan kekuatan, pemaksaan, dan intervensi kepentingan kelas yang berkuasa atas kelompok saingan ...."

Berikutnya, Althusser dalam *Ideology and Ideological State Apparatuses* (1970), mendefinisikan negara sebagai (dalam Hussein, 2012):

"... mesin represi untuk memastikan dominasi kelas yang berkuasa atas kelas pekerja. Fungsi ini dilakukan oleh beragam aparatus negara (*repressive state apparatuses/RSA*), seperti tentara, polisi, pengadilan, dst., serta institusi-institusi yang sebagian besar berada di wilayah privat/ publik (*ideological state apparatuses/ISA*), seperti sekolah, lembaga keagamaan, pers, dan seterusnya."

Dari sisi lain, teori instrumental (*instrumental state theory*) yang juga menimba gagasannya dari pemikiran Karl Marx memberi definisi yang berbeda dengan pendekatan institusional. Sebagaimana teori negara Marxis, teori instrumental juga meyakini bahwa negara tidak lebih sebagai alat bagi kelas yang berkuasa untuk melakukan penindasan terhadap rakyat atau masyarakatnya. Netralitas negara dengan demikian tak hanya sulit namun juga tidak akan pernah terwujud. Pasalnya, negara justru memosisikan dirinya menjadi lembaga yang sangat otonom/mandiri serta sama sekali mengabaikan berbagai kepentingan dan aspirasi masyarakatnya.

Negara bahkan selalu difungsikan sebagai mesin pembenar bagi aparatusnya untuk melakukan represi. Hubungan negara dengan masyarakat tidak selalu dalam kondisi yang harmonis dan saling mengisi. Justru antara

negara dan masyarakat berdiri dalam posisi yang bertentangan (diametral), dimana relasi yang tercipta adalah keinginan untuk saling menundukkan. Negara tidak lagi menjadi 'instrumen' bagi masyarakat untuk mencapai proses kemajuan sejarah (mewujudkan demokrasi, keadilan, dan kesejahteraan bagi masyarakatnya); namun sebaliknya, negara justru menjadi institusi kekuasaan yang menciptakan relasi-relasi dominatif, hegemonik, dan konfliktual dalam kehidupan masyarakatnya (Lukmantoro, 1996: 4).

Mengutip penjelasan Arief Budiman (1996), bentuk negara instrumental dapat dideteksi berdasarkan kadar netralitasnya. Negara instrumental, kata Arif, dapat dibagi ke dalam empat kategori teoritis, yakni: (1) *negara pluralis*, negara dalam kedudukan tidak mandiri, karena memiliki sifat demokratis, yakni menerima partisipasi dan usulan-usulan secara penuh dari berbagai kelompok masyarakat; (2) *negara Marxis*, negara yang juga tidak otonom, karena digunakan oleh kelas yang berkuasa untuk mewujudkan berbagai kepentingannya; (3) *negara organis*, negara sama sekali otonom, karena berinisiatif sendiri untuk mengambil berbagai kebijakannya; (4) *negara korporatis*, kedudukan negara relatif mandiri, karena mendengarkan berbagai usulan dari wakil masyarakat. Dalam bentuk negara ini, negara menentukan kelompok-kelompok tertentu yang boleh memberikan usulan.

Terkait dengan konsepsi bangsa (*the nation*), kita dapat merunut sejumlah definisi yang bersumber dari para ahli, baik definisi tentang bangsa yang berbasis historis, sosiologis, antropologis, politis, maupun psikologis. Joseph Ernest Renan (1882), pemikir Prancis, dalam *Qu'est-ce Qu'une Nation?* (Apa Itu Bangsa?) mendefinisikan bangsa sebagai "sekelompok manusia yang berada dalam suatu ikatan batin yang dipersatukan karena memiliki persamaan sejarah, serta cita-cita yang sama." Otto Bauer (Austria) dalam *Die Nationalitdtenfrage und die Sozialdemokratie* (Soal Kebangsaan dan Sosial Demokrasi, 1907) menyebut bangsa sebagai "sekelompok manusia yang memiliki persamaan karakter karena persamaan nasib dan pengalaman sejarah budaya yang tumbuh dan berkembang bersama dengan tumbuh-kembangnya bangsa." Sementara Hans Kohn (Jerman) dalam *The Age of Nationalism: The First Era of Global History* (1962) menyebut "bangsa itu terjadi karena adanya persamaan ras, bahasa, adat istiadat, dan agama yang menjadi pembeda antara bangsa satu dan bangsa lain."

Ben Anderson dalam *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (1983) memberi definisi bangsa sebagai bentuk imajinasi kolektif yang berkendak untuk hidup bersama. Menurut Anderson (dalam



Surbakti, 1992: 49-50): "bangsa terkait dengan identitas kolektif tentang 'kita': yang di satu pihak mengandung jaringan solidaritas atas kemajemukan dan antagonisme di dalam masyarakat, pada pihak lain mengandung pengakuan sebagai kolektivitas yang berbeda dari 'mereka' atau bangsa lain. 'Ke-kita-an' itu diungkapkan melalui simbolisme yang kuat, sebagaimana diwujudkan dalam bentuk bendera dan lagu kebangsaan, juga melalui sejarah resmi yang memitoskan ke-kita-an kolektif masa lalu, yang dibanggakan secara bersama

Menurut Dhazali, dkk. (2006: 5-6), faktor-faktor pembentukan suatu bangsa sangat berkaitan dengan identitas yang menyatukan masyarakat, seperti:

1. *Primordial*, seperti ikatan kekerabatan, kesamaan suku bangsa, daerah, bahasa, dan adat istiadat.
2. *Sakral*, seperti kesamaan agama yang dianut oleh masyarakat. Agama dapat membentuk suatu ideologi atau kesamaan doktrin yang kuat dalam masyarakat, sehingga keterkaitannya dapat menimbulkan bangsa.
3. *Tokoh*, juga menjadi faktor kunci pembentuk bangsa, karena bagi masyarakat, tokoh dapat dijadikan sebagai semacam panutan untuk mewujudkan visi dan misi bangsa.
4. *Sejarah*, sebagai faktor utama lain pembentuk bangsa karena ia terkait dengan pengalaman (penderitaan) masa lalu akan melahirkan solidaritas yang efektif dan strategis dalam membentuk satu tekad dan tujuan di antara kelompok masyarakat.
5. *Perkembangan Ekonomi*, juga sebagai faktor penting pembentuk bangsa. Dengan semakin meningkatnya perkembangan ekonomi maka semakin beragam pula kebutuhan masyarakat. Kondisi ini akan membuat masyarakat saling tergantung satu sama lain, dan pada akhirnya lahir kehendak berbangsa sebagai jalan untuk memenuhi kebutuhan bersama tersebut.

Dapat disimpulkan, dalam konteks historis, bangsa adalah suatu kelompok manusia yang memiliki identitas bersama, punya kesamaan bahasa, agama, dan budaya, yang dipersatukan karena memiliki persamaan sejarah, cita-cita, dan terikat dalam satu tanah air. Dalam konteks sosiologis-antropologis, bangsa adalah kumpulan manusia yang saling membutuhkan dan berinteraksi untuk mencapai tujuan dan cita-cita bersama dalam suatu wilayah. Dalam arti politis, bangsa adalah suatu masyarakat dalam suatu daerah yang sama dan tunduk pada kedaulatan negara sebagai satu kekuasaan tertinggi, baik ke luar dan ke dalam. Sementara dalam konteks historis-psikologis, bangsa adalah 'komunitas

terbayang' (*imagine community*) untuk mewujudkan identitas kolektif masyarakat yang hidup bersama di masa lalu maupun di masa depan (Astawa, 2017).

#### **g. Pemerintah (Government)**

Pemerintah adalah suatu organisasi dari orang-orang yang memiliki kekuasaan, mandat, kewenangan, dan legitimasi bagaimana manusia itu bisa diperintah. Pemerintah adalah institusi yang memiliki kewenangan untuk membuat kebijakan dalam bentuk penerapan hukum dan undang-undang di kawasan/wilayah tertentu yang merupakan kawasan/ wilayah yang berada di bawah kekuasaan mereka (Sisanto, 2017; Amalia, 2014).

Sebagai alat atau perangkat untuk mengendalikan dan mengarahkan suatu negara, pemerintahan memiliki beragam cara untuk mengatasi persoalan kenegaraan atas nama rakyat berdasarkan hukum yang berlaku, seperti persoalan ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, luar negeri, pertahanan/ keamanan, penegakan hukum (*law enforcement*), dan lain sebagainya. Mc Iver bahkan melihat pemerintah sebagai sebuah perusahaan besar dari segala perusahaan manusia yang ada (Syafie, 2003: 135). Pemerintah adalah organisasi yang memiliki kewenangan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di satu wilayah tertentu ([id.wikipedia.org/wiki/Pemerintah](http://id.wikipedia.org/wiki/Pemerintah)).

Ditelisik dari sisi akademis, maka secara historis-filosofis terukir beberapa pendapat para ahli tentang konsep pemerintahan, yang muncul dan eksis karena adanya tesis '*state of nature*' atau keadaan alamiah seperti dikonsepsikan oleh Hobbes, Locke, dan Rousseau. Menurut Thomas Hobbes (dalam karya klasiknya: *Leviathan*—terbit pertama kali pada tahun 1651), *state of nature* adalah ciri masyarakat bebas yang memiliki dua sifat, yakni menguasai dan mempertahankan diri (*homo homini lupus*: manusia adalah srigala bagi sesamanya; *bellum ominium contra omnes*: perang semua lawan semua) ([id.wikipedia.org/wiki/Keadaan\\_alamiah](http://id.wikipedia.org/wiki/Keadaan_alamiah)).

Kebebasan yang lahir dari *state of nature* melahirkan kompetisi dan konflik, yakni manusia yang hidup dalam ketakutan dan kekerasan akibat ketiadaan suatu kekuatan yang mampu mengendalikan kebebasan. Manusia saat itu hidup miskin, kotor, brutal, dan singkat. Keadaan alamiah inilah yang menjadi alasan pentingnya kehadiran pemerintah (melalui kontrak sosial) untuk *memimize* kekacauan dalam masyarakat akibat kompetisi dan konflik. Karena, masyarakat membutuhkan pemerintah yang memiliki wibawa, kuasa, dan kekuatan memaksa (*power*) untuk mengatur mereka dari kondisi alamiah yang kacau,

kotor, dan brutal. *Leviathan* adalah narasi ilmiah yang ditulis Hobbes tentang kekuasaan pemerintah (yang besar, berwibawa, dan kuat—seperti *Leviathan* atau gurita raksasa) yang akan mengatur kehidupan masyarakat (id.wikipedia.org/wiki/Keadaan\_alamiah).

Di sisi lain, John Locke percaya bahwa manusia dalam keadaan alamiah hidup damai, saling melindungi, penuh kebebasan, dan tidak memiliki rasa takut. Namun demikian, ciri utama dari 'keadaan alamiah' (*state of nature*) pada dasarnya adalah ketiadaan (kekosongan) pemerintahan. Kondisi ini jelas potensial bagi hadirnya instabilitas sosial, disintegrasi politik serta konflik dan perang. Sementara menurut Jean Jacques Rousseau, *state of nature* akan memunculkan iri hati, dendam, konflik, perang, disitegrasi akibat berbagai perbedaan yang muncul dalam masyarakat. Untuk menghindari iri hati, dendam, konflik, perang, dan disintegrasi maka masyarakat membutuhkan pemerintahan untuk menciptakan rasa aman (keamanan), rasa tentram (ketentraman), kerukunan, dan kohesi sosial (id.wikipedia.org/wiki/Keadaan\_alamiah).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pemerintah diartikan dalam banyak arti, namun masih dalam satu kesatuan makna. Pengeritan KBBI ini juga banyak digunakan dalam kajian ilmu politik tentang bangsa. KBBI setidaknya telah mengidentifikasi 6 (enam) pengertian bangsa berikut (kbbi.web.id/pemerintah):

1. Sebuah sistem yang menjalankan wewenang dan kekuasaan mengatur kehidupan sosial, ekonomi, dan politik suatu negara atau bagian-bagiannya.
2. Sekelompok orang yang secara bersama-sama memikul tanggung jawab terbatas untuk menggunakan (atau melaksanakan fungsi) kekuasaan.
3. Penguasa atas suatu negara (atau bagian negara).
4. Institusi/organisasi/badan tertinggi yang memerintah suatu negara.
5. Negara atau negeri (sebagai lawan partikelir/privat atau swasta/perorangan).
6. Pengurus/pengelola daerah (penguasa yang memerintah di daerah) dan/atau pengurus/pengelola pusat (penguasa yang bertugas di pusat yang melingkupi seluruh pemerintah daerah).

Menurut Surianingrat (1992: 9-10), 'perintah' atau 'pemerintahan' dalam bahasa Inggris dipergunakan dari kata *government* yang berasal dari asal kata *to govern*. Tetapi 'perintah' disalin dengan kata *to order* atau *to command* dengan lain kata *to command*, tidak diturunkan dari kata *to govern*. Jika ditelisik dari aspek bahasa, maka kedua kata itu: 'pemerintah' atau 'pemerintahan' berasal dari kata

'perintah' yang berarti sesuatu yang harus dilaksanakan. Di dalam kata tersebut terhimpun beberapa unsur yang menjadi ciri khas dari kata 'perintah,' seperti: (1) adanya 'keharusan' yang menunjukkan kewajiban untuk melaksanakan apa yang diperintahkan; (2) adanya dua pihak yang memberi dan yang menerima perintah; (3) adanya hubungan fungsional antara yang memberi dan yang menerima perintah; dan (4) adanya wewenang (*authority*) atau kekuasaan (*power*) untuk membuat perintah (*making rule*) dan memberi perintah (*to give rule*).

C.F Strong seorang pakar pemerintahan dan konstitusi dalam *A History of Modern Political Constitutions* (1960) mendefinisikan pemerintahan dalam arti luas sebagai segala aktivitas badan-badan publik yang meliputi kegiatan legislatif, eksekutif, dan yudikatif dalam usaha mencapai tujuan negara. Sedangkan Pemerintahan dalam arti sempit adalah segala kegiatan badan-badan publik yang hanya meliputi kekuasaan eksekutif (Sistanto, 2017).

Sementara menurut Haryanto, dkk. (1997: 2-3), pemerintahan dalam arti luas adalah semua mencakup aparatur negara yang meliputi semua organ-organ, badan atau lembaga, alat kelengkapan negara yang menjalankan berbagai aktivitas untuk mencapai tujuan negara. Lembaga negara yang dimaksud adalah lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Pemerintahan dalam arti sempit adalah semua aktivitas, fungsi, tugas dan kewajiban yang dijalankan oleh lembaga untuk mencapaitujuan negara. Pemerintah dalam arti luas adalah semua aktivitas yang terorganisasi yang bersumber pada kedaulatan dan kemerdekaan, berlandaskan pada dasar negara, rakyat, atau penduduk dan wilayah negara itu demi tercapainya tujuan negara. Pemerintahan juga dapat didefinisikan dari segi struktural fungsional sebagai sebuah sistem struktur dan organisasi dari berbagai dari berbagai macam fungsi yang dilaksanakan atas dasar-dasar tertentu untuk mencapai tujuan negara.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas, dapat kita pahami bahwa pemerintah (dalam arti sempit—*government in a narrow sense*) adalah: (1) sebagai sebuah organisasi; (yang) (2) memiliki kewenangan untuk membuat kebijakan dalam penerapan hukum dan undang-undang; (dan) (3) memiliki wilayah tertentu. Sedangkan Pemerintahan (dalam arti luas—*government in a broad sense*) adalah semua mencakup aparatur negara yang meliputi semua organ-organ, badan-badan atau lembaga, alat kelengkapan negara yang menjalankan berbagai aktivitas untuk mencapai tujuan negara. Lembaga negara

yang dimaksud adalah lembaga eksekutif, lembaga legislatif, dan lembaga yudikatif (Sistanto, 2017).

Secara umum setidaknya terdapat tiga pokok fungsi pemerintah, baik itu pemerintah pusat maupun pemerintah daerah, terkait: (1) fungsi pengaturan; (2) fungsi pelayanan; dan (3) dan fungsi pemberdayaan. Sementara ditinjau dari sisi kewenangan, setidaknya terdapat 10 kewenangan pemerintah daerah berdasarkan Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah, yaitu kewenangan: (1) merencanakan dan mengendalikan pembangunan; (2) merencanakan, memanfaatkan, dan mengawasi tata ruang; (3) menyelenggarakan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat; (4) menyediakan sarana dan prasarana umum; (5) menangani bidang kesehatan; (6) menyelenggarakan pendidikan dan mengalokasikan SDM; (7) menanggulangi masalah sosial; (8) melayani bidang ketenagakerjaan; (9) memfasilitasi pengembangan koperasi dan UMKM; dan (10) mengendalikan lingkungan hidup (Haryanto dkk., 1997: 36-37).

Sedangkan kewenangan pemerintah pusat mengacu pada Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 2000 Tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi Sebagai Daerah Otonom adalah sebagai berikut:

1. Kewenangan pemerintah pusat mencakup kewenangan dalam bidang politik luar negeri, pertahanan dan keamanan, peradilan, moneter dan fiskal, agama serta kewenangan bidang lain.
2. Kewenangan bidang lain yang dimaksud meliputi kebijakan tentang perencanaan nasional, dan pembangunan nasional secara makro, dana perimbangan keuangan, sistem administrasi negara dan lembaga perekonomian negara.
3. Kemudian kewenangan yang terkait dengan pembinaan dan pemberdayaan sumber daya manusia, pendayagunaan sumber daya alam serta teknologi tinggi yang strategis, konservasi lingkungan hidup dan standardisasi nasional.

Secara deduktif dapat disimpulkan bahwa pemerintah dan pemerintahan dibentuk berkaitan dengan pelaksanaan berbagai fungsi yang bersifat operasional dalam rangka pencapaian tujuan negara yang lebih abstrak, yang cara mencapainya ditetapkan secara konstitusional (Kaho, 2001: 1). Sebagai institusi demokrasi dari sistem politik yang berfungsi memberi arah bagi pergulatan dan gerak masyarakat menuju suatu tujuan ideal, dan organ yang menciptakan suatu

cara untuk mencapai keselarasan hubungan dan pengelompokan masyarakat pada cita-cita idealnya untuk mencapai ketertiban umum, kesetaraan, keadilan, dan kebebasan, maka bagi Leslie Lipson dalam *The Democratic Civilization* (1964: 237), pemerintah hanya akan berhasil melaksanakan tujuan dan fungsi idealnya itu jika ia mampu mengelola negara berdasarkan prinsip-prinsip demokrasi dan mempraktikkan pemerintahan yang berbasis pada kehendak/aspirasi rakyat yang dikelola oleh wakil-wakil yang dipilih dan mengatasnamakan rakyat secara legal dan demokratis, dan sepenuhnya berada di bawah kontrol rakyat (pemerintahan demokratis versi Lipson ini masih minimal jika dibandingkan dengan tujuh kriteria demokrasi versi Robert Dahl dalam *Dilemma of Pluralist Democracy: Authonomy vs Control*, 1982: 197).

#### **h. Warga Negara (Citizen)**

Warga negara adalah salah bagian dari kosepsi penting ilmu politik. Dalam beberapa literatur, dikenal istilah warga negara, rakyat dan penduduk. Warga negara memiliki peran yang vital bagi keberlangsungan sebuah negara. Oleh karena itu, hubungan antara warga negara dan negara sebagai institusi yang menaunginya memiliki aturan atau hubungan yang diatur dengan peraturan yang berlaku di negara tersebut.

Gagasan tentang warga negara atau kewarganegaraan (*citizenship*) sesungguhnya dapat ditelusuri dari sejarah perkembangan kewarganegaraan yang bersumber dari peradaban Yunani Kuno, republik Romawi sampai pada modernitas Barat. Pemikiran yang tumbuh di masa Yunani Kuno telah memberi pijakan kuat bagi teorisasi *citizenship*, khususnya pada kewarganegaraan modern. Salah satunya dari Aristoteles (384-322 SM) seorang pemikir, ilmuwan, ahli logika dan sekaligus filosof terkenal saat itu. Karyanya yang berjudul *Politics* telah memberikan informasi penting mengenai Athena sebagai suatu negara kota (*polis*) di masa Yunani Kuno yang demokratis beserta keberadaan warganya di negara kota (*polis, polites, politai*) tersebut.

Istilah warga negara secara umum mengandung arti peserta, anggota, atau warga dari suatu negara, yakni peserta dari suatu persekutuan yang didirikan dengan kekuatan bersama, atas dasar tanggung jawab bersama dan untuk kepentingan bersama. Istilah rakyat lebih merupakan konsep politis. Rakyat menunjuk pada orang-orang yang berada di bawah satu pemerintahan dan tunduk pada pemerintahan itu; dan istilah (*term*) rakyat umumnya diperhadapkan dengan penguasa. Sedangkan penduduk, menurut Soepomo adalah orang-

orang yang dengan sah bertempat tinggal tetap dalam suatu negara. Sah artinya tidak bertentangan dengan dengan ketentuan-ketentuan mengenai masuk dan mengadakan tempat tinggal tetap dalam negara yang bersangkutan. Orang yang berada di suatu wilayah negara dapat dibedakan menjadi penduduk dan non penduduk. Adapun penduduk negara dapat dibedakan menjadi warga negara dan orang asing atau bukan warga negara (Hadisoepipto, 1993).

Menurut Aristoteles, definisi tentang warga ditentukan oleh bentuk pemerintahan atau ia sebut bentuk konstitusinya, seperti dikatakan oleh Aristoteles: "*it may be that someone who is a citizen in a democracy is not one in an oligarchy* (bisa jadi seseorang yang menjadi warga negara dalam demokrasi bukanlah orang dalam oligarki)" (Irwin dan Fine, ed., 1995: 85). Pada *Politics* bagian III tentang *The Teory of Citizenship dan Constitutions*, Aristoteles mengulas secara anjang lebar mengenai kewarganegaraan, warga negara, dan konstitusi. Menurutnya, ketiga konsep tersebut tidak bisa dipisahkan. Artinya, untuk memahami apa itu warga negara (*citizen*), kita mesti memahami konstitusi (*constitution*), mengetahui apa itu negara (*state*); dan untuk mengetahui negara (sebagai tempat hidup warga negara) kita perlu memahami dengan benar apa itu kewarganegaraan (*citizenship*) (Narmoatmojo, 2012: 24).

Sementara Derek Heater (2004) mendefinisikan warga negara (*citizen*) atau kewarganegaraan (*citizenship*) adalah suatu bentuk dari identitas sosial politik seseorang yang eksistensinya terkait dengan waktu yang terus berkembang (*a form of social political identity*). Di sisi lain, kewarganegaraan ternyata tidak hanya sebuah identitas, tetapi mencakup pula berbagai atribut, seperti hak (*rights*), tanggung jawab (*obligations*), aktif dalam masalah publik (*active in public affairs*), dan penerimaan tas nilai-nilai sosial (*an acceptance of societal values*) (Cogan and Dericcot, 1998: 2-3).

Muhammad AS Hikam (1996) mendefinisikan warga negara—yang menurutnya sebagai hasil terjemahan dari *citizenship*—sebagai anggota dari sebuah komunitas yang membentuk negara itu sendiri. Sementara Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyebut warga negara adalah "penduduk sebuah negara atau bangsa berdasarkan keturunan, tempat kelahiran, dan sebagainya yang mempunyai kewajiban dan hak penuh sebagai seorang warga dari negara itu" ([kbbi.web.id/warga\\_negara](http://kbbi.web.id/warga_negara)).

John Patrick (2000) mendefinisikan warga negara sebagai konsep yang terkait dengan hak-hak politik, dimana kesetaraan di depan hukum adalah salah satu hak dasar warga negara (*basic rights of citizens*). Contoh lain adalah hak

politik seperti memilih dan berpartisipasi dalam kelompok kepentingan umum. Konstitusi dapat membuat perbedaan antara hak warga negara dan penghuni komunitas politik yang bukan warga negara. Di Amerika Serikat, menurut Patrick, hanya kategori warga negara (*citizen*) yang memiliki hak untuk memilih, menjadi juri, dan dipilih untuk jabatan pemerintah tertentu, seperti menjadi anggota parlemen/kongres. Semua hak lain di Konstitusi Amerika Serikat dijamin untuk semua orang yang tinggal di negara tersebut, baik yang berstatus sebagai warga negara maupun bukan warga negara.

Menurut Utama (2006), konsep warga negara (*citizen*) dengan demikian jelas tidak bisa dipisahkan dengan kewarganegaraan (*citizenship*); yang juga terkait dengan konsep kebangsaan (*nationality*). Artinya, kewarganegaraan merupakan bagian dari konsep warga negara dan kewargaan, yang memiliki hak politik, dan hidup dalam satuan politik yang disebut negara (*state*). Dalam konteks hukum, setidaknya terdapat empat asas umum di dalam Undang-undang No. 12 Tahun 2006 Tentang Kewarganegaraan Republik Indonesia, yaitu: (1) asas *ius-sanguinis* adalah asas keturunan atau hubungan darah; (2) asas *ius-soli*, yakni asas yang menentukan kewarganegaraan seorang berdasarkan negara tempat kelahiran; (3) asas kewarganegaraan *tunggal*, yakni asas yang menentukan satu kewarganegaraan bagi setiap orang; dan (4) asas kewarganegaraan *ganda terbatas*, yakni asas yang menentukan kewarganegaraan ganda.

Sementara asas khusus kewarganegaraan terdapat delapan kategori, yaitu: (1) asas kepentingan nasional; (2) asas perlindungan maksimum; (3) asas persamaan di dalam hukum dan pemerintahan; (4) asas kebenaran substantif; (5) asas non-diskriminatif; (6) asas pengakuan dan penghormatan terhadap hak asasi manusia; (7) asas keterbukaan; dan (8) asas publisitas. Dengan demikian, sesuai dengan kedudukan warga negara sebagai orang yang merdeka, istilah warga negara lebih tetap dibanding istilah *hamba* atau *kawula* negara. Dalam konsepsi warga negara, ada makna sebagai peserta, anggota atau warga dari suatu negara: yaitu peserta dari suatu persekutuan yang didirikan dengan kekuatan bersama, tanggung jawab bersama, dan (untuk) kepentingan bersama.

### **i. Pengambilan Keputusan (*Decision Making*)**

Negarawan Prusia, Otto von Bismarck (1815-1898), menyebut politik adalah seni dari sebuah kemungkinan (*politics is the art of the possible, the attainable; the art of the next best*)—politik adalah seni dari kemungkinan, sesuatu yang dapat dicapai; seni dari [pilihan] terbaik berikutnya). Ketika politik dianalogikan dengan



seni, maka politik itu adalah seni kemungkinan (pilihan) atau *art possible*. Seni tidak dibatasi dengan rumus eksakta yang kaku. Seni adalah mengambil satu keputusan dari sekian pilihan berdasarkan perspektif, nuansa, gaya, *timing*, momentum, dan berbagai variabel lainnya.

Sebagaimana seni yang berwatak multi dimensi, politik juga punya pilihan-pilihan yang bersifat multi dimensi. Namun, berbeda dengan seni, pilihan-pilihan multi dimensi dalam politik diikat oleh satu hal: kepentingan. Jika jiwa dan ruh dari seni adalah idealisme, maka jiwa dan ruh politik adalah kepentingan. Dalam politik segala kemungkinan bisa terjadi. Kemungkinan yang didasarkan pada kepentingan, yakni kemungkinan (apa) yang terbaik dan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai oleh si pemilik (baca: elite, aktor, kelompok, organisasi) kepentingan.

Berpolitik adalah 'mengambil keputusan'; bertindak sesuai dengan kondisi dan situasi tertentu—tanpa harus menghalalkan berbagai cara seperti dianjurkan Niccolò Machiavelli (seorang diplomat, politikus, dan filsuf Italia ternama era *Renaissance*) dalam karyanya *Il Principe* (Sang Pangeran) (1532). Artinya, berpolitik tetap harus dilandasi oleh nilai, etika, norma, dan logika (proses berpikir) yang benar: bagaimana (proses) pengambilan keputusan (atau alternatif keputusan) disusun; dan bagaimana keputusan dilaksanakan untuk mencapai tujuan umum dan kebaikan bersama.

Sebagai salah konsep penting dalam ilmu politik, kajian 'pengambilan keputusan' telah menjadi tema sentral dan berakar cukup panjang dalam sejarah filsafat politik. Gagasan awalnya bisa ditelusuri dari pemikiran Aristoteles tentang 'kebaikan bersama' (*common good*) atau 'kepentingan bersama' (*to koinei sympheron*, Yunani) sebagai dasar untuk membedakan antara konstitusi yang 'benar,' yang menjadi landasan kepentingan bersama, dan konstitusi yang 'salah,' yang untuk kepentingan para penguasa. Santo Aquinas menganggap 'kebaikan bersama' (*bonum commune*, Latin) sebagai tujuan hukum dan pemerintahan. John Locke juga menyebut 'perdamaian, keamanan, dan kebaikan umum bagi rakyat' adalah tujuan dari masyarakat politik, dan 'kesejahteraan rakyat adalah hukum yang tertinggi'. Rousseau memahami 'kebaikan bersama' (*le bien commun*, Prancis) sebagai objek dari keinginan umum masyarakat dan tujuan tertinggi yang dikejar oleh pemerintah. David Hume menyebutnya sebagai 'konvensi sosial' (*social convention*) sebagai dasar moral untuk melayani kepentingan 'publik' atau kepentingan "bersama'. Sementara James Madison menulis tentang 'publik,' atau 'umum' sebagai konsep yang terkait dengan keadilan (umum); dan

keadilan (atau pemerataan umum) adalah tujuan akhir dari pemerintahan dan masyarakat sipil ([en.wikipedia.org/wiki/Common\\_good](http://en.wikipedia.org/wiki/Common_good)).

Menurut Simom Lee (2013), konsep 'kebaikan bersama' secara filosofis dapat dipahami dalam dua cara, yakni cara substantif dan cara prosedural. Secara substantif, kebaikan bersama adalah apa yang dimiliki bersama oleh dan bermanfaat bagi semua atau sebagian besar anggota komunitas tertentu, yang menentukan faktor atau nilai apa yang paling bermanfaat untuk dibagikan kepada publik. Sebaliknya, menurut rumusan prosedural, kebaikan bersama terdiri dari hasil (pembagian barang atau jasa publik) yang dicapai melalui mekanisme partisipasi kolektif dalam pembentukan kemauan bersama.

Bagi Budiardjo (2015: 19), keputusan (*decision*) adalah hasil dari membuat pilihan di antara beberapa alternatif. Sedangkan pengambilan keputusan (*decision making*) merujuk pada proses yang terjadi (dalam aktivitas pengambilan keputusan) sampai keputusan itu tercapai. Pengambilan keputusan sebagai salah satu konsep pokok dalam aktivitas politik menyangkut berbagai keputusan yang diambil secara kolektif dan mengikat seluruh masyarakat. Keputusan-keputusan itu dapat menyangkut tujuan masyarakat, dapat juga menyangkut kebijakan-kebijakan untuk mencapai tujuan itu. Setiap proses membentuk kebijakan umum atau kebijakan pemerintah adalah hasil dari suatu proses pengambilan keputusan—melalui pemilihan berbagai alternatif—yang akhirnya ditetapkan sebagai kebijakan pemerintah

Seperti disampaikan Joyce Micthel dan William Mitchel dalam *Political Analysis and Public Policy* (1969: 4-5) bahwa keputusan (*decision*) adalah membuat pilihan di antara beberapa alternatif, dengan catatan bahwa "*collective decision making or the making of public policies for entire society*—pengambilan keputusan kolektif atau pembuatan kebijakan publik (ditujukan) untuk (kepentingan) seluruh masyarakat"). Pendapat senada juga dikemukakan oleh Karl W. Deutsch dalam *Politics and Government, How People Decide Their Fate* (1972: 3) yang menyatakan bahwa: "politik adalah pengambilan keputusan dengan cara publik—*politics is the making of decisions by publics means*"). Atau jika kita kaitkan dengan definisi politik dari Laswell, maka pembuatan keputusan sesungguhnya terkait dengan persoalan: '*who gets what, when, and how*' (siapa mendapat apa, kapan, dan bagaimana).

Secara lebih rinci, Richard C. Snyder dalam *Approach to the Study of Politics* (1985: 19-20) menyebut bahwa "pengambilan keputusan diperoleh dari alternatif-alternatif urutan tindakan yang di seleksi dari sejumlah masalah

yang terbatas yang ditetapkan secara sosial". Ada pun seleksi masalah menurut Snyder terdiri dari lima tahap berikut: pertama, mengetahui atau mempelajari persoalan-persoalan yang perlu diambil keputusannya; kedua, merumuskan persoalan/masalah dengan jelas; ketiga, membuat daftar tujuan yang mungkin dicapai berdasarkan urutan kebutuhan-kebutuhan yang lebih penting; keempat adalah mengetahui semua sarana yang mungkin dibutuhkan untuk mencapai tujuan-tujuan yang disusun serta merencanakan biaya yang dibutuhkan untuk tiap-tiap alternatif pilihan yang diharapkan akan dapat mencapai tujuan; dan tahap kelima adalah membuat seleksi tentang tujuan mana yang akan dicapai dengan biaya seminimal mungkin dan hasil yang semaksimal mungkin.

Dengan demikian dapat disimpulkan, pengambilan keputusan adalah suatu proses yang sangat menentukan dalam konteks kehidupan politik negara. Sangat pantas kajian ilmu politik menempatkan pengambilan keputusan sebagai pusat dari proses politik karena pengambilan keputusan terkait bagaimana negara/pemerintah memilih berbagai pilihan alternatif dari berbagai kebijakan terbaik yang ada. Mengacu pada fakta empirik, pengambilan keputusan (sebagai dasar dari penentuan sebuah kebijakan) adalah bentuk pengejawantahan nyata dari kekuasaan: suatu hasil negosiasi politik dari pertarungan kepentingan di antara para elite, kelompok kepentingan/strategis, dan masyarakat untuk mencapai tujuan (kepentingan) umum dan kebaikan bersama.

#### **j. Kebijakan Umum (*Public Policy*)**

*Public policy* adalah konsep penting lainnya dalam kajian ilmu politik. Istilah kebijakan lazim digunakan terkait dengan tindakan/kegiatan pemerintah serta perilaku negara pada umumnya, yang dituangkan dalam berbagai bentuk peraturan. Kebijakan (publik) erat hubungannya dengan administrasi pemerintahan. Namun, istilah kebijakan atau sebagian orang mengistilahkan kebijaksanaan seringkali disamakan pengertiannya dengan *policy*. *Kebijakan (policy)* adalah suatu ketentuan dari tindakan yang memengaruhi pelaksanaan suatu kegiatan. Sedangkan, *kebijaksanaan (wisdom)* adalah respon atau tanggapan atas pelaksanaan kebijakan dengan sikap tegas dan adil. Biasanya kebijaksanaan terkait dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang diberikan oleh pelaku/aktor yang menetapkan suatu kebijakan (brainly.co.id/).

Secara etimologis, kata kebijakan diterjemahkan dari bahasa Inggris: *policy*. Istilah kebijakan atau *policy* digunakan untuk menunjukkan perilaku seorang aktor (misalnya seorang pejabat, suatu kelompok maupun suatu lembaga

pemerintah) atau sejumlah aktor dalam suatu bidang kegiatan tertentu. Dalam arti yang luas *policy* mempunyai dua aspek pokok. Pertama, *policy* merupakan praktika sosial, ia bukan *event* yang tunggal atau terisolir. dengan demikian sesuatu yang dihasilkan pemerintah berasal dari segala kejadian dalam masyarakat. Kedua, *policy* merupakan dorongan atau *incentive* bagi pihak-pihak yang sudah bersepakat menentukan tujuan bersama tersebut untuk bersama-sama bekerja secara rasional. Maka dari dua aspek tersebut dapat disimpulkan bahwa *policy* disatu pihak dapat berbentuk suatu usaha yang kompleks dari masyarakat untuk kepentingan masyarakat, di lain pihak *policy* merupakan suatu teknik atau cara untuk mengatasi konflik dan menimbulkan insentif.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI): “kebijakan adalah rangkaian konsep dan asas yang menjadi pedoman dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak (tentang pemerintahan, organisasi, dan sebagainya atau sebagai kepandaian; kemahiran; kebijaksanaan, pernyataan cita-cita, tujuan, prinsip, atau maksud sebagai garis pedoman untuk manajemen dalam usaha mencapai sasaran; garis haluan” (kbbi.web.id/bijak).

Definisi lain juga dikemukakan oleh para sosiolog dan ahli politik, seperti Parson, Easton, Hoogerwerf, Kuypers, dan Anderson sebagai berikut (Budiardjo, 215: 20-21; Fachturahman Nur, 2014).

- Talcott Parson dalam *The Structure of Social Action* (1966: 71-72): “pengambilan keputusan adalah esensi politik, dan politik adalah aspek dari semua perbuatan yang berkenaan dengan usaha kolektif bagi pencapaian tujuan-tujuan.”
- A. Hoogerwerf dalam *Politikologi* (1985: 46): “pengambilan keputusan adalah sebagai semacam jawaban terhadap suatu masalah, merupakan upaya untuk memecahkan, mengurangi, mencegah suatu masalah dengan cara tertentu, yaitu dengan tindakan yang terarah.”
- David Easton dalam *The Political System* (1971: 128): “kehidupan politik menurut pendirian yang lazim, meliputi semua aktivitas yang berpengaruh terhadap kebijakan yang diterima baik bagi suatu masyarakat dan terhadap cara pelaksanaan kebijakan tersebut.”
- Gisjbert Kuypers dalam *Grondbegrippen van Politiek* (1973: 164): “proses politik sebagai proses pembentukan kebijakan, pelaksanaan kebijakan atau pembentukan kekuasaan dalam suatu sistem politik, baik yang terorganisir maupun tidak.”
- James E. Anderson dalam *Public Policy and Politics in America* (1978: 33):

“perilaku dari sejumlah aktor (pejabat, kelompok, instansi pemerintah) atau serangkaian aktor dalam suatu bidang kegiatan tertentu.”

Setelah kita mendefinisikan *kebijakan*, lalu bagaimana dengan posisi *kebijakan publik*? Secara terminologis, mengutip Hogwood dan Gunn dalam *Policy Analysis for The Real World* (1984), istilah kebijakan dapat digunakan untuk pengertian berikut (Islamy, 2014: 9-11):

1. Kebijakan sebagai label untuk sebuah aktivitas, seperti kebijakan pendidikan, kebijakan ketenagakerjaa, kebijakan industri, dan seterusnya.
2. Kebijakan sebagai ekspresi tujuan umum atau aktivitas negara yang diharapkan, seperti kebijakan tentang pelayanan publik yang berkualitas dan terjangkau oleh seluruh masyarakat, kebijakan pengurangan angka kemiskinan, kebijakan stabilitas harga kebutuhan pokok, dan sebagainya.
3. Kebijakan sebagai proposal spesifik, seperti kebijakan pengurangan subsidi bahan bakar minyak, pengurangan pajak (*tax holiday*), penghapusan bea masuk, dan seterusnya.
4. Kebijakan sebagai keputusan formal pemerintah, seperti Keputusan/Peraturan Presiden, Keputusan/Peraturan Menteri, Keputusan/Peraturan Gubernur, dan seterusnya.
5. Kebijakan sebagai otorisasi formal kenegaraan, seperti keputusan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), keputusan Dewan Perwakilan Daerah (DPD), keputusan Badan Pemeriksa Keuangan (BPK), keputusan Mahkamah Agung (MA), keputusan Mahkamah Konstitusi (MK), dan sebagainya.
6. Kebijakan sebagai sebagai sebuah program, seperti program pengarusutamaan gender (*gender mainstreaming*), program bantuan tunai langsung (BLT), program tujuan pembangunan melenium (MDG's), dan seterusnya.
7. Kebijakan sebagai sebuah keluaran (*output*), seperti pengalihan subsidi bahan bakar minyak untuk mendorong pengembangan usaha kecil dan pendidikan khusus.
8. Kebijakan sebagai sebuah hasil (*outcome*), seperti peningkatan nilai investasi dan pendapatan pengusaha kecil sebagai implikasi pengalihan subsidi bahan bakar minyak untuk usaha kecil dan pendidikan khusus bagi keluarga prasejahtera.
9. Kebijakan sebagai sebagai teori atau model, misal: jika infrastruktur fisik wilayah Indonesia Timur diperbaiki maka perkembangan sosial ekonomi

wilayah itu semakin meningkat dan terkoneksi secara efektif dengan wilayah Indonesia lainnya.

10. Kebijakan sebagai sebuah proses, misal: pembuatan kebijakan dimulai sejak penetapan agenda, keputusan tentang tujuan, implementasi sampai dengan evaluasi.

Dalam arti yang luas, kebijakan publik setidaknya memiliki dua aspek pokok. Pertama, *public policy* merupakan praktik sosial, ia bukan *event* yang tunggal atau terisolir. dengan demikian sesuatu yang dihasilkan pemerintah berasal dari segala kejadian dalam masyarakat. Kedua, *public policy* merupakan dorongan atau *incentive* bagi pihak-pihak yang sudah bersepakat menentukan tujuan bersama tersebut untuk secara kolektif bekerja secara rasional. Dari dua rumusan aspek tersebut dapat disimpulkan, bahwa: *public policy* di satu sisi merupakan upaya yang kompleks yang diadopsi dari beragam tuntutan, aspirasi, dan harapan masyarakat untuk direalisasikan oleh para pejabat publik; dan di sisi lain, merupakan suatu teknik atau cara untuk mengatasi berbagai konflik (sosial, politik, ekonomi, dan seterusnya) yang dapat menciptakan disinsentif sosial dan instabilitas politik.

Secara konseptual, definisi kebijakan publik setidaknya mengandung empat varian pengertian, yakni pengertian yang mengandung aspek *management proses* (Easton; Anderson; Thoha; Hayat), aspek *decision making* (Dye; Presman dan Wildvsky; Eulau dan Previt; Hecl), aspek *governance* (Eyestone; UNDP), dan aspek *intervention* (Chandler dan Plano; Friederich; Woll; Rose). Ringkasan definisi adalah sebagai berikut (Winarno, 2002: 10-15; Tangkilisan, 2003: 1-4; Sedarmayanti, 2007: 3):

- David Easton dalam (1969) mendefinisikan kebijakan publik sebagai: "*allocation of power values to all binding societies*"—pengalokasian nilai-nilai kekuasaan untuk seluruh masyarakat yang keberadaannya mengikat).
- James Anderson dalam *Public Policy Making: Basic Concept in Political Sciences* (1975) mendefinisikan kebijakan publik sebagai: "*a series of activities that have a purpose defined by an actor or a number of actors in overcoming a problem or problem*"—serangkaian kegiatan yang mempunyai maksud yang ditetapkan oleh seorang aktor atau sejumlah aktor dalam mengatasi suatu masalah atau suatu persoalan).
- Miftah Thoha dalam *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya* (2010) mendefinisikan kebijakan publik sebagai: "*serangkaian policy proses yang*

mengikuti pola umum, seperti: (1) identifikasi atas persoalan-persoalan; (2) tuntutan-tuntutan untuk kegiatan pemerintah; (3) perumusan usul-usul (alternatif) *policy*; (4) prakarsa dan pengembangan usulan-usulan program pemerintah; (5) pengesahan *policy*; (6) memilih suatu (alternatif) usulan: pembentukan dukungan politik untuk usulan tersebut, dan mengesahkan itu sebagai undang-undang hukum; (7) pelaksanaan *policy*: penataan birokrasi, penyediaan gaji, layanan-layanan umum, dan penetapan pajak; dan (8) evaluasi *policy*."

- Hayat dalam *Isu Kebijakan Publik* (2019) mendefinisikan kebijakan publik sebagai: "proses yang tidak terlepas dari kebutuhan, tuntutan, kepentingan, dan *agenda setting* semua pihak dalam pemerintahan. Kebijakan publik dibuat untuk menjawab persoalan-persoalan yang muncul dalam kehidupan masyarakat dengan berbagai aspek dan ketentuan yang berlaku di dalamnya. Kebijakan publik adalah keputusan-keputusan yang dilakukan oleh seseorang yang mempunyai kewenangan dalam pemerintahan, baik bersifat formal maupun informal."
- Thomas Dye dalam *Understanding Public Policy* (1975) mendefinisikan kebijakan publik sebagai: "*policy is whatever governments choose to do or not to do*"—apa yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh pemerintah adalah kebijakan publik. Melakukan dengan membuat keputusan atau tidak melakukan dengan tidak membuat keputusan adalah menjadi kebijakan publik.
- Jeffrey L. Presman dan Aaraon B. Wildvsky dalam *Implementation* (1973): mendefinisikan: "*public policy consists of a series of decisions and actions... a hypothesis containing initial conditions and predictable result*"—kebijakan publik terdiri dari serangkaian keputusan dan tindakan ... suatu hipotesis yang mengandung kondisi-kondisi awal dan akibat-akibat yang bisa diramalkan.
- Henz Eulau dan Kennet Previt dalam *Labyrinths of Democracy: Adaptations, Linkages, Representation, and Policies in Urban Politics* (1973) mendefinisikan kebijakan publik sebagai: "*as a fixed decision, characterized by the continuing and repeated behavior of those who make policies and implement them*"—keputusan yang tetap, ditandai oleh kelakuan yang berkesinambungan dan berulang-ulang pada mereka yang membuat kebijakan dan yang melaksanakannya.
- Hugh Hecl dalam *The Institutionalists: A Conversation* (1973) mendefinisikan

kebijakan publik sebagai: "*series of government actions or government inaction on a problem.... broader than an action or decision of a specific nature*"—rangkain tindakan pemerintah atau tidak bertindaknya pemerintah atas sesuatu masalah .... (kebijakan publik) lebih luas dari tindakan atau keputusan yang bersifat khusus.

- Robert Eyestone dalam *The Threads of Public Policy: a Study in Policy Leadership* (1971) mendefinisikan kebijakan publik sebagai: "*the relationship between government units and their environment*"—hubungan antara unit pemerintah dengan lingkungannya.
- United Nations Development Program (UNDP) mendefinisikan kebijakan publik sebagai (bagian dari *governance*): "*the exercise of political, economic, and administrative authority to manage a country's affairs at all levels of society*"—penggunaan kewenangan politik, ekonomi, dan administratif untuk mengelola masalah-masalah nasional pada semua tingkatan masyarakat.
- Chandler dan Plano dalam *The Public Administration Dictionary* (1988) mendefinisikan kebijakan publik sebagai: "*strategic use of existing resources to solve public or government problems. Public policy is a form of intervention carried out continuously by the government in the interests of disadvantaged groups in society so that they can live and participate in broad development*"—pemanfaatan yang strategis terhadap sumberdaya yang ada untuk memecahkan masalah-masalah publik atau pemerintah. Kebijakan publik merupakan suatu bentuk intervensi yang dilakukan secara terus menerus oleh pemerintah demi kepentingan kelompok yang kurang beruntung dalam masyarakat agar mereka dapat hidup, dan ikut berpartisipasi dalam pembangunan secara luas.
- Carl J. Friederich dalam *Public Policy and the Nature of Administrative Responsibility* (1940) mendefinisikan kebijakan publik sebagai: "*a direction of action proposed by a person, group or government within a certain scope, which provides obstacles and opportunities for the proposed policy to use and overcome in order to achieve a goal, or to realize a particular goal or purpose*"—suatu arah tindakan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkup tertentu, yang memberikan hambatan-hambatan dan kesempatan-kesempatan terhadap kebijakan yang diusulkan untuk menggunakan dan mengatasi dalam rangka mencapai suatu tujuan, atau merealisasikan suatu sasaran atau suatu maksud tertentu.

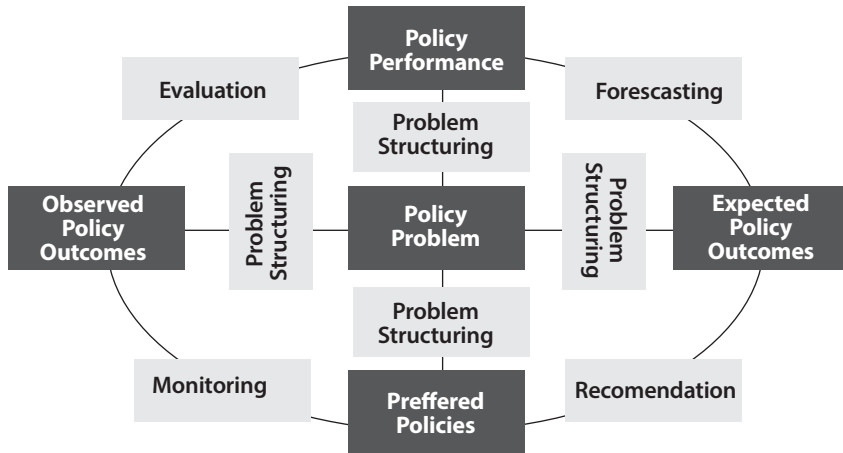


- Peter Woll dalam *Public Administration and Policy* (1966) mendefinisikan kebijakan publik sebagai: “*a number of government activities to solve problems in society, either directly or through various institutions that affect people’s lives*—jumlah aktivitas pemerintah untuk memecahkan masalah di masyarakat, baik secara langsung maupun melalui berbagai lembaga yang memengaruhi kehidupan masyarakat.
- Richard Rose dalam *Ordinary People in Public Policy* (1989) mendefinisikan kebijakan publik sebagai: “*a series of activities that are more or less related and their consequences for those concerned rather than as a separate decision. This policy is understood as a direction or pattern of activities and not just a decision to do something*”—serangkaian kegiatan yang sedikit banyak berhubungan beserta konsekuensi-konsekuensinya bagi mereka yang bersangkutan daripada sebagai suatu keputusan tersendiri. Kebijakan ini dipahami sebagai arah atau pola kegiatan dan bukan sekedar suatu keputusan untuk melakukan sesuatu.

Di Indonesia, tingkatan kebijakan publik dapat dikelompokkan atau diklasifikasi ke dalam tiga level berikut (Nugroho, 2006: 31):

1. Kebijakan publik yang bersifat *makro* (umum atau mendasar), seperti: UUD 1945, Undang-Undang atau Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang/Perpu, Peraturan Pemerintah (PP), Peraturan Presiden/Perpres, dan Peraturan Daerah/Perda.
2. Kebijakan publik yang bersifat *meso* (menengah) atau sebagai penjabar pelaksanaan dari kebijakan, seperti: Peraturan Menteri/Permen, Surat Edaran Menteri, Peraturan Gubernur/Pergub, Peraturan Bupati/Perbup atau Peraturan Walikota/Perwali. Kebijakannya level *meso* juga hadir dalam wujud Surat Keputusan Bersama/SKB, seperti SKB antar menteri, SKB antar gubernur, dan SKB antar bupati/walikota.
3. Kebijakan publik yang bersifat *mikro* adalah kebijakan yang mengatur pelaksanaan atau implementasi dari kebijakan di atasnya. Bentuk kebijakannya adalah peraturan yang dikeluarkan oleh aparat publik di bawah menteri, gubernur, bupati/walikota.

**GAMBAR 16. Siklus Kebijakan Publik William Dunn**



Sumber: William N. Dunn (2003) hlm.132.

Dari gambaran tentang hirarki kebijakan di atas, nampak jelas bahwa kebijakan publik (*public policy*) dalam bentuk undang-undang atau peraturan daerah merupakan kebijakan publik yang bersifat strategis tapi masih belum bisa dikatakan implementatif karena undang-undang atau peraturan daerah masih memerlukan turunan/derivasi kebijakan berikutnya, yakni kebijakan publik penjelas atau yang sering disebut sebagai peraturan pelaksanaan, seperti petunjuk pelaksanaan (juklak) atau petunjuk teknis (juknis). Sementara terkait dengan hirarki kebijakan, kebijakan publik dapat dibedakan dalam tiga tingkatan berikut (Abidin, 2004: 31-4):

1. *Kebijakan Umum*: kebijakan yang menjadi pedoman atau petunjuk pelaksanaan baik yang bersifat positif ataupun negatif yang meliputi keseluruhan wilayah atau instansi yang bersangkutan.
2. *Kebijakan Pelaksanaan*: kebijakan yang menjabarkan kebijakan umum. Untuk tingkat pusat, Peraturan Pemerintah/PP tentang pelaksanaan Undang-Undang.
3. *Kebijakan Teknis*: kebijakan operasional yang berada dibawah kebijakan pelaksanaan.

### **k. Distribusi/Alokasi Nilai (*Distribution/Value Allocation*)**

Apa yang di maksud dengan *pembagian*, *alokasi* atau *penjatahan* nilai dalam kajian politik? Ada dua asumsi dasar yang menghantarkan pentingnya konsep *distribusi* dan *alokasi* sebagai bagian dari konsep ilmu politik. Pertama, terkait dengan kewajiban pemerintah. Misalnya dalam ekonomi, pemerintah memiliki kewajiban untuk distribusi bahan bakar, distribusi hasil pertanian, alokasi dana pembangunan dan sebagainya. Dalam bidang politik, ada distribusi kekuasaan antara rakyat, dan pejabat publik. Dalam birokrasi dan administrasi ada kewajiban untuk menjelaskan distribusi kekuasaan antar lembaga politik yang ada dalam struktur pemerintahan. Pada sisi kedua terkait dengan hakikat politik dan negara itu sendiri. Sebagai sebuah organisasi yang mengatur bidang-bidang kehidupan sosial, politik, ekonomi dan berbagai ragam kepentingan lain, maka masalah distribusi kekuasaan dan alokasi nilai menjadi hal yang sangat penting; bukan hanya dari sisi ekonomi, tetapi juga dari sisi kekuasaan politik itu sendiri.

Penjelasan terkait apa itu pembagian, alokasi atau penjatahan nilai dalam politik terkait dengan apa yang oleh Susan Stokes (2003) disebut sebagai *distribusi* dari alokasi sumber daya yang terbatas (*scarcity*)—di samping pandangan para sarjana ilmu politik lainnya, seperti Laswell, Easton, dan Budiardjo. Bagi Budiardjo, dkk. (2005: 11-12), pembagian (*distribution*) dan alokasi (*allocation*) yang dimaksudkan adalah pembagian dan penjatahan nilai-nilai (*values*) dalam masyarakat. Politik adalah pembagian dan pengalokasian nilai-nilai secara mengikat. Nilai dalam ilmu-ilmu sosial diartikan sebagai sesuatu yang dianggap baik dan benar, sesuatu yang diinginkan, atau sesuatu yang mempunyai harga. Oleh karenanya ia akan selalu dikejar oleh manusia untuk dimiliki. Nilai tidak saja bersifat konkret, seperti: rumah, tanah, maupun bentuk-bentuk kekayaan materiil yang lain, tetapi juga bersifat abstrak, seperti: penilaian atasan kepada bawahan, kebebasan berpendapat, atau kebebasan berorganisasi.

Para sarjana ilmu politik lain yang menitikberatkan fenomena politik dari perspektif pembagian, distribusi atau alokasi nilai ini, pada umumnya mengaitkan konsep distribusi/alokasi nilai dengan variabel relasi dan interaksi politik yang terjadi dalam masyarakat (maupun antarmasyarakat dan negara/pemerintah) sebagai fenomena penting yang memengaruhi stabilitas atau instabilitas dalam dinamika politik. Laswell dalam *Politics: Who Gets What, When, How* (1936) misalnya, mengemukakan bahwa "*politics is a matter of who gets what, when and how*"—politik adalah masalah siapa mendapat apa, kapan dan bagaimana. Sementara Easton dalam *A System Analysis of Political Life* (1965)

menyatakan bahwa “*political system is the whole interaction that regulates the authoritative sharing of values (based on authority) for and on behalf of society*”—sistem politik adalah keseluruhan interaksi yang mengatur pembagian nilai-nilai secara otoritatif (berdasarkan wewenang) untuk dan atas nama masyarakat.

Sementara Anderson secara tidak langsung mengaitkan konsep distribusi (sumberdaya) atau alokasi nilai (abstrak dan konkret) sebagai bagian integral dari konsep kebijakan publik, meliputi (Suharno, 2010: 25):

1. Kebijakan *distributif* menyangkut distribusi pelayanan atau kemanfaatan pada masyarakat atau individu. Kebijakan *regulatori* terkait kebijakan pembatasan atau pelarangan terhadap perilaku individu atau kelompok masyarakat. Sedangkan kebijakan *redistributif* merupakan kebijakan yang mengatur alokasi kekayaan, pendapatan, kepemilikan atau hak-hak di antara berbagai kelompok dalam masyarakat.
2. Kebijakan *material* adalah kebijakan yang memberikan keuntungan sumber daya konkret pada kelompok sasaran (seperti bantuan sosial untuk masyarakat miskin atau prasejahtera). Sedangkan kebijakan *simbolis* adalah kebijakan yang memberikan manfaat simbolis pada kelompok sasaran (seperti pemberian penghargaan terhadap kampung bersih, kabupaten hijau atau provinsi wisata).
3. Kebijakan yang berhubungan dengan barang umum (*public goods*) dan barang privat (*privat goods*). Kebijakan *public goods* adalah kebijakan yang bertujuan mengatur pemberian barang atau pelayanan publik. Sedangkan, kebijakan *privat goods* adalah kebijakan yang mengatur penyediaan barang atau pelayanan untuk pasar bebas.

Problematikanya, apakah alokasi, distribusi, penjatahan atau pembagian nilai-nilai itu sudah berjalan efektif, adil, merata dan tidak menimbulkan ketegangan/konflik di tengah masyarakat? Sebab, problem ketidakadilan dan ketidakmerataan alokasi nilai-nilai dari negara/pemerintah kepada masyarakat perlu dicermati dalam relasinya dengan kekuasaan negara (*state power*), kebijakan negara (*state policy*), dan kebijaksanaan pemerintah (*government wisdom*).

Seperti dikatakan Stokes (2003), memahami konsep alokasi atau distribusi nilai dalam konteks politik harus dimaknai sebagai proses alokasi dan distribusi sumber daya dari pemerintah kepada warga negara. Boex dan Martinez-Vazquez (2005) juga mengingatkan bahwa distribusi sumber daya dan alokasi nilai tidak menjamin distribusi sumber daya dan alokasi nilai berlangsung efektif dan

objektif. Sebab, di banyak negara pemerintah memiliki hak untuk mengubah kebijakan publik yang melandasi distribusi sumber daya dan alokasi nilai secara sepihak (Tobing dan Brodjonegoro, 2013: 145)

Menurut Stokes (2003), 'sumber daya' adalah sesuatu yang dapat memperkuat dan memberi daya pada warga untuk mencapai taraf hidup yang lebih sejahtera dan fasilitas-fasilitas negara untuk meningkatkan kebaikan hidup rakyatnya; atau anggaran yang bertransformasi ke dalam berbagai bentuk pembiayaan atau anggaran publik (*public budgeting*). Sumber daya bisa bertransformasi menjadi suatu kebijakan, program, informasi publik, bantuan sosial, bahkan peraturan perundangan yang mengatur dan memberi daya bagi warga untuk mencapai kebaikan hidup. Sementara *alokasi* adalah sesuatu yang terkait dengan penganggaran (*budgeting*) dan perundangan (legislasi); proses di mana sumber daya dianggarkan, uang ditempatkan pada berbagai bidang, serta aturan perundangan dibahas sesuai kebutuhan warga. Sedangkan *distribusi* adalah proses perubahan anggaran menjadi bentuk-bentuk sumber daya seperti kebijakan, program, informasi publik, bantuan, bahkan peraturan perundangan yang telah disahkan, disampaikan kepada warga.

Proses alokasi sumber daya (dan distribusi nilai) adalah ranah pembahasan di antara legislatif dengan eksekutif, pengesahan dari proses penganggaran dan legislasi adalah domain dari legislatif. Sementara proses distribusi yang terwujud dalam transformasi anggaran dan perundangan menjadi sesuatu yang memberi daya serta dihantarkan pada warga dalam bentuk kebijakan, program, informasi publik, bantuan, bahkan peraturan perundangan adalah tugas dari eksekutif dan jajaran birokrasinya (Ardiansa, 2014).

## **I. Konsensus dan Konflik (*Concensus and Conflict*)**

Sebagaimana kita pahami bersama, bahwa dewasa ini kita menyaksikan meluasnya fenomena konflik (sosial, ekonomi, politik, budaya, teknologi, ruang/spasial, dan sebagainya) yang menggeliat dalam bentuk gerakan perlawanan (*resistance movement*) atau gerakan sosial (*social movements*) dalam upaya menentang dan mendorong perubahan di berbagai bidang kehidupan secara luas, baik di tingkat lokal, nasional, maupun global. Beragam fenomena konflik tersebut bukan saja terjadi di negara-negara yang menerapkan sistem politik transisional dan otoritarian dengan tingkat ekonomi yang masih berkembang atau terkebelakang, namun hal fenomena konflik juga berlangsung di negara-negara maju dengan tingkat peradaban demokrasi tinggi (Manalu, 2007: 28).

Konsensus dan konflik adalah dua konsep penting berikutnya dalam kajian ilmu politik, kendati kedua konsep ini (konsensus dan konflik) tak hanya menjadi tema sentral dalam kajian antropologi dan sosiologi, namun juga dipelopori oleh kedua cabang ilmu sosial itu. Konsensus dan konflik merupakan merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan ini mencakup isu mikro maupun makro dalam konteks fenomena sosiologis maupun antropologis. Namun, konsensus dan konflik bisa juga mencakup tema-tema atau isu-isu dalam sudut pandang kajian ilmu politik.

Dalam konteks politik, konsensus dan konflik adalah fenomena umum yang potensial terjadi sebagai akibat perbedaan atau persamaan kepentingan/tujuan politis tertentu. Konflik adalah suatu tatanan sosial politik yang dipahami oleh sebagian sosiolog sebagai bentuk manipulasi dan kontrol dari sekelompok orang (elite) yang dominan dan menganggap perubahan sosial selalu tampil secara cepat. Sementara konsensus adalah suatu persamaan nilai dan norma yang dianggap penting bagi perkembangan masyarakat yang lebih stabil. Sebagai dua gejala yang tidak bisa dipisahkan dan saling melekat, kedua gejala ini tentu harus diintegrasikan untuk memahami posisi masyarakat Indonesia yang majemuk. Secara umum, struktur sosial masyarakat Indonesia ditandai dua ciri, yakni secara horisontal ada kesatuan sosial berdasarkan perbedaan ras, agama, suku, adat, sementara secara vertikal ada perbedaan yang sangat ekstrem antara lapisan atas dan lapisan bawah.

Per definisi, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsensus adalah “kesepakatan kata atau permufakatan bersama (mengenai pendapat, pendirian, dan sebagainya) yang dicapai melalui kebulatan suara” ([kbbi.web.id/Konsensus](http://kbbi.web.id/Konsensus)). Pengertian lain juga menyebut, konsensus adalah “sebuah frasa atau kalimat untuk menghasilkan sebuah kesepakatan yang disetujui secara bersama-sama baik antar kelompok atau individu setelah adanya perdebatan dan penelitian yang dilakukan secara bersama untuk mendapatkan keputusan. Konsensus bersifat abstrak, sehingga tidak memiliki keterlibatan langsung terhadap politik praktis, akan tetapi dalam prakteknya konsensus dapat memengaruhi politik ([id.wikipedia.org/wiki/Konsensus](http://id.wikipedia.org/wiki/Konsensus)).

Ritzer dan Goodman dalam *Sosiologi: Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda* (2003) mendefinisikan konsensus sebagai: “kesepakatan yang disetujui secara bersama-sama antara individu dan atau antara kelompok di dalam masyarakat.” Emile Durkheim dalam *Suicide: a Study in Sociology* (1951) membangun sebuah kesimpulan bahwa eksistensi masyarakat tergantung pada konsensus moral.

Ide bahwa konsensus moral adalah kondisi yang diperlukan bagi mewujudkan keteraturan sosial adalah salah satu postulat teori sosial fungsional. Konsensus terkandung dalam konsep struktural-fungsional, yaitu kesadaran kolektif yang bersumber dari solidaritas yang mendorong mereka untuk mau bekerja sama. Solidaritas mekanik dari kesadaran kolektif ditentukan oleh rumusan Durkheim, bahwa setiap orang “mengetahui bahwa kita sama dengan orang-orang yang merepresentasi kita. Representasi bukan hanya terkait kesamaan fisik, melainkan juga kesamaan-kesamaan pikiran dan perasaan (Durkheim, 1951: 79).

James L. Gibson (et.al) dalam *Organizations: Behavior, Structure, Processes* (1997) mendefinisikan konsensus sebagai: “hubungan yang dapat menciptakan kerjasama dan saling tergantung dalam komponen organisasi. Namun, hubungan itu dapat berubah menjadi konflik jika masing-masing komponen organisasi memiliki kepentingan atau tujuan sendiri-sendiri dan tidak bekerjasama satu sama lain (Gibson, et.al., 1997: 437).

Sementara menurut Pace, Peterson, dan Burnett dalam *Techniques for Effective Communication* (1979) menyebut bahwa: “... dasar filosofis konsensus adalah bahwa perbedaan dalam berpikir, merasa, dan berperilaku paling baik dapat diselesaikan dengan memasukan pandangan semua pihak ke dalam satu keputusan atau rencana .... yang secara sistematis mempersempit bidang-bidang perbedaan dan memperbesar bidang penerimaan (dalam Pace dan Faules, 2013: 372).

Menurut Saiffudin dalam *Antropologi Kontemporer: Suatu Pengantar Kritis Mengenai Paradigma* (2006: 52):

“Konsensus bisa berawal hanya dari sebuah pendapat atau gagasan yang kemudian diadopsi oleh sebuah kelompok kepada kelompok yang lebih besar karena berdasarkan kepentingan (seringkali melalui sebuah fasilitasi) hingga dapat mencapai pada tingkat konvergen keputusan yang akan dikembangkan. Menurut teori sosiologi, sosialisasi menjadi norma dan nilai menghasilkan kesepakatan atau konsensus. salah satunya mengenai perilaku dan keyakinan yang sesuai, baik antarindividu maupun di antara kelompok-kelompok sosial. Tanpa kedua hal ini masyarakat tidak dapat hidup secara damai. Itulah sebabnya cara pandang ini disebut konsensus, yang melalui sarana sosialisasi, penciptaan aturan-aturan kebudayaan, dan upaya penstrukturan perilaku sosial akan menjamin terbangunnya konsensus dan keteraturan sosial.”

Pandangan konsensus juga datang dari Jurgen Habermas dalam *The Theory of Communicative Action* (1984). Menurut Habermas, sifat dasar manusia adalah berkomunikasi. Komunikasi adalah interaksi, dan sarana untuk berinteraksi itu adalah bahasa. Dengan bahasa orang akan berkomunikasi. Dengan berkomunikasi orang akan melakukan *sharing ide*, pengetahuan, dan informasi. Juga, dengan komunikasi orang akan membahas solusi untuk masalah-masalahnya. Rumusan ini dikenal dengan teori tindakan komunikatif Habermas. Gagasan utama dalam teori tindakan komunikatif Habermas adalah bahwa komunikasi membuka jalan bagi saling memahami antaraktor sehingga sampai pada konsensus atau kesepakatan bersama. Jalan untuk mencapai konsensus itu adalah dengan cara para aktor mau berdialog. Habermas mengistilahkannya sebagai *validity claims*, validitas kebenaran dengan argumentasi dan bukti-bukti, dan sebuah klaim kebenaran (*claims of truth*) harus terbuka untuk dikritik.

Untuk mencapai konsensus terkait klaim kebenaran, menurut Habermas, ada empat syarat yang harus dipenuhi, yaitu bahwa kebenaran itu: (1) dapat dipahami, (2) bersifat objektif, (3) sesuai dengan norma setempat, dan (4) dari pengalaman dan kejujuran si aktor. Habermas meyakini bahwa dialog itu akan tumbuh subur di ruang-ruang publik. Dari sinilah Habermas memomulerkan istilah ruang publik (*public sphere*) sebagai sarana sosial untuk membangun konsensus, *mutual understanding*, kerjasama, dan saling pengertian di antara individu dan masyarakat (Abrori, 2016: 75).

Dalam konteks konsensus politik, kita juga dapat menggunakan penjabaran teoritis yang dibangun oleh Maswadi Rauf terkait mekanisme penyelesaian konflik melalui konsensus politik. Menurut Rauf, penyelesaian konflik (*conflict resolution*) adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk menyelesaikan (atau menghilangkan) konflik dengan cara mencari kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat dalam konflik. Penyelesaian konflik harus dilakukan agar mencegah semakin dalamnya konflik, yang berarti semakin tajam perbedaan antara pihak-pihak yang bertikai dan semakin luasnya konflik yang berarti semakin banyak pihak yang ikut dalam konflik (Rauf, 2000: 2).

Konflik berakhir secara tuntas bila pihak-pihak yang berkonflik berhasil mencapai titik temu dari perbedaan. Menurut Rauf titik temu dari perbedaan itulah yang kemudian disebut konsensus atau kompromi, yang bisa dicapai melalui dua cara, yaitu: (1) *tanpa perantara* dan (2) dengan perantara (mediator). Kedua cara ini akan bermuara ke salah satu dari empat model konsensus yang



ada, yaitu: (1) model pendapat internal (2) model pendapat dominan, (3) model pendapat luar, dan (4) model gabungan.

Model pertama merupakan gabungan butir-butir pendapat dari pihak-pihak yang berkonflik, semua butir-butir yang tidak disepakati (*disagreement*) oleh pihak yang berkonflik disepakati untuk dibuang. Pada model kedua tampak pendapat dari salah satu pihak yang berkonflik disepakati untuk dijadikan dasar konsensus oleh pihak lainnya. Pada model ketiga tampak semua pendapat dari pihak yang berkonflik disepakati untuk dibuang lalu diganti dengan pendapat pihak luar untuk dijadikan konsensus oleh pihak-pihak yang berkonflik. Sedangkan pada model keempat tampak gabungan antara pendapat dari salah satu pihak yang berkonflik dan pendapat dari pihak luar.

Selain keempat model itu, Rauf juga mengajukan konsensus model pengadilan yang juga dapat dipakai bila keempat model tersebut gagal dilaksanakan. Akan tetapi, model terakhir ini menurut Maswadi Rauf tidak didasarkan pada perubahan pendapat dari pihak-pihak yang berkonflik, melainkan melalui wewenang pemerintah yang diatur sesuai hukum yang berlaku. Kedua belah pihak yang terlibat konflik harus menerima pendapat luar, yaitu keputusan pengadilan untuk mengakhiri konflik terlepas siapa yang diuntungkan (Hafid, 2018: 19-20).

Terkait konflik, secara etimologis kata ini berasal dari bahasa Latin '*configere*' yang berarti 'saling memukul'. Secara terminologi, konflik diartikan sebagai suatu proses sosial antara dua orang atau lebih dimana salah satu pihak berusaha menyingkirkan pihak lain dengan menghancurkannya atau membuatnya tidak berdaya. Konflik merupakan suatu gejala yang umumnya muncul sebagai akibat dari interaksi manusia dalam hidup bermasyarakat. Konflik akan timbul ketika terjadi persaingan baik individu maupun kelompok. Konflik juga bisa dipicu oleh perbedaan pendapat antara kelompok yang ada di dalam masyarakat membuatnya saling mempertahankan ego dan memicu timbulnya konflik dan pertentangan ([id.wikipedia.org/wiki/Konflik](http://id.wikipedia.org/wiki/Konflik)).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konflik diartikan sebagai ([id.wikipedia.org/wiki/Konflik](http://id.wikipedia.org/wiki/Konflik)):

"Percekcokan; perselisihan; pertentangan; ketegangan atau pertentangan di dalam cerita rekaan atau drama (pertentangan antara dua kekuatan, pertentangan dalam diri satu tokoh, pertentangan antara dua tokoh, dan sebagainya); konflik (batin) yang disebabkan oleh adanya dua gagasan atau lebih atau keinginan yang saling bertentangan; konflik (budaya)

persaingan antara dua masyarakat sosial yang memiliki kebudayaan hampir sama; konflik (sosial) pertentangan antaranggota masyarakat yang bersifat menyeluruh dalam kehidupan.”

Menurut Wayne Pace dan Don Faules (2013: 369):

“Konflik merupakan warisan kehidupan sosial yang berlaku dalam berbagai keadaan akibat bangkitnya kondisi ketidaksetujuan, kontroversi, dan pertentangan di antara dua pihak atau lebih pihak secara berterusan. Konflik merupakan ekspresi pertikaian antara individu dengan individu lain, kelompok dengan kelompok lain karena beberapa alasan. Dalam pandangan ini, pertikaian menunjukkan adanya perbedaan antara dua atau lebih individu yang diekspresikan, diingat, dan dialami.”

Karl Marx (dalam Tom Bottomore, *Karl Marx: Selected Writings in Sociology and Social Philosophy*, 1974: 39; juga Chappelo dan Barnier dalam *Conflict Theory*, 2020) mendefinisikan konflik sebagai proses deterministik:

“... yang akan terus berlangsung antara dua kelas utama: kaum borjuis vs proletar. Setiap kelas terdiri dari sekelompok orang yang terikat oleh kepentingan bersama dan kepemilikan properti pada level tertentu. Kelas borjuasi adalah sekelompok orang yang mewakili anggota masyarakat yang memegang mayoritas kekayaan dan sarana; sementara kelas proletariat adalah kelompok lain, yakni mereka yang dianggap kelas pekerja atau miskin . . . . kedua kelas ini berada dalam suatu struktur sosial hirarkis, kaum borjuis melakukan eksploitasi terhadap kaum proletar dalam proses produksi. Eksploitasi ini akan terus berjalan selama kesadaran semu eksis (*false consciousness*) dalam diri proletar, yaitu berupa rasa menyerah diri, menerima keadaan apa adanya tetap terjaga. Ketegangan hubungan antara kaum proletar dan kaum borjuis mendorong terbentuknya gerakan sosial besar, yaitu revolusi. Ketegangan tersebut terjadi jika kaum proletar telah sadar akan eksploitasi kaum borjuis terhadap mereka.”

Margareth Poloma (1998: 258) memahami filosofi atau pandangan sosial Marx tentang kehidupan sosial pada masanya sebagai medan konflik sosial, dimana:

1. Masyarakat dipahami sebagai sebuah arena yang didalamnya terdapat berbagai bentuk pertentangan.
2. Negara dipandang sebagai pihak yang terlibat aktif dalam pertentangan dengan berpihak kepada kekuatan yang dominan.

3. Paksaan (*coercion*) dalam wujud hukum dipandang sebagai faktor utama untuk memelihara lembaga-lembaga sosial, seperti milik pribadi (*property*), perbudakan (*slavery*), kapital yang menimbulkan ketidaksamaan hak dan kesempatan.
4. Negara dan hukum dilihat sebagai alat penindasan yang digunakan oleh kelas yang berkuasa (kapitalis) demi keuntungan mereka.
5. Kelas-kelas dianggap sebagai kelompok-kelompok sosial yang memiliki kepentingan sendiri yang bertentangan satu sama lain, sehingga konflik tak terelakkan lagi.

Max Weber dalam *Economy and Society* (1922—seperti dikutip dalam Sociological Paradigm #2: Conflict Theory) mendefinisikan:

“Konflik tidak terlalu melibatkan ekonomi, tetapi bahwa negara dan ekonomi bersama-sama mengatur kondisi konflik. Dari pusat pentingnya skema Weber adalah gagasan tentang legitimasi. Semua sistem tekanan-sion harus disahkan agar bisa berfungsi. Jadi, legitimasi adalah salah satunya masalah kritis dalam gagasan konflik. Weber juga melihat bahwa kelas lebih kompleks dari Marx awalnya mengira, dan bahwa ada faktor lain yang berkontribusi pada sosial ketidaksetaraan, terutama status, partai, dan kekuasaan . . . bagi Weber, ketidaksetaraan ekonomi, ketidaksetaraan kekuatan politik dan struktur sosial adalah penyebab konflik . . . kelompok yang berbeda dipengaruhi secara berbeda berdasarkan pendidikan, ras, dan jenis kelamin, dan bahwa reaksi orang terhadap ketidaksetaraan dimoderasi oleh perbedaan kelas dan tingkat mobilitas sosial, serta oleh persepsi tentang legitimasi mereka yang berkuasa.”

George Simmel dalam *The Sociology of Conflict* (1904) mendefinisikan konflik sebagai (Nugraha, 2019; [id.wikipedia.org/wiki/Teori\\_konflik](https://id.wikipedia.org/wiki/Teori_konflik)):

“Bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam masyarakat dan sebagai faktor destruktif dalam hubungan masyarakat. Menurut Simmel konflik sebagai bentuk ‘*sociation*’, konflik dapat terjadi karena faktor ‘*dissociating*’, seperti kebencian, kecemburuan, kebutuhan, keinginan yang menyebabkan konflik. Konflik terjadi karena adanya perbedaan dan benturan kepentingan antar individu maupun kelompok, maka konflik dijadikan sebagai bentuk interaksi untuk memecahkan dualisme . . . konflik tunduk pada perubahan dan perubahan atau pertikaian adalah gejala yang tidak mungkin dihindari dalam masyarakat. Struktur sosial adalah gejala yang mencakup pelbagai proses asosiatif dan disosiatif yang tidak mungkin terpisah-pisahkan.”

Lewis Alfred Coser dalam *Continuities in the Study of Social Conflict* (1967) mendefinisikan konflik sebagai:

".... perjuangan nilai dan pengakuan terhadap kelangkaan status ... adanya pertentangan dan perjuangan untuk memperoleh sumber yang langka di mana setiap orang berusaha mendapatkan keuntungan yang lebih dari orang lain .... konflik bisa bersifat fungsional (positif) dan bisa juga bersifat disfungsional (negatif) bagi relasi-relasi dan struktur-struktur yang tidak tercakup dalam sistem sosial sebagai suatu keseluruhan .... konflik terbagi menjadi dua bagian: konflik realistik (yang bersumber dari kekecewaan terhadap tuntutan-tuntutan khusus yang terjadi dalam hubungan dan dari perkiraan kemungkinan keuntungan para partisipan, dan yang ditujukan pada objek yang dianggap mengecewakan); dan konflik non-realistik (konflik yang bukan berasal dari tujuan-tujuan persaingan yang antagonis, tetapi dari kebutuhan untuk meredakan ketegangan dari salah satu pihak)."

Charles Wright Mills dalam *The Power Elite* (1956) mendefinisikan konflik sebagai (Debele, 2019: 2):

"(suatu) struktur sosial tercipta karena adanya konflik antar kepentingan yang berbeda. Orang-orang kemudian dipengaruhi oleh pembentukan struktur sosial, dan akibat yang biasa terjadi adalah perbedaan kekuasaan antara 'elite' dan 'orang lain' (non-elite) ... Elite kekuasaan menguasai perusahaan besar, menjalankan mesin negara dan mengklaimnya sebagai hak prerogatif. Mereka mengarahkan pembentukan militer, menempati pos komando strategis dalam struktur sosial, dan memusatkan alat-alat kekuasaan dan kekayaan yang efektif. Pada dasarnya masyarakat hidup secara bertingkat dan terpecah-pecah dimana mayoritas hidup dalam posisi subordinat dan hanya sedikit orang menikmati hak-hak istimewa. Stratifikasi sosial seperti itu lazim dan mendominasi setiap dimensi kehidupan bermasyarakat."

Rahlf Dahrendorf dalam *Class and Class Conflict in Industrial Society* (1957) menyebut konflik sebagai:

"(hal yang telah) diatur sedemikian rupa oleh kelompok yang memiliki kepentingan dan konflik tidak lagi merusak sistem sosial. Kelompok kepentingan sudah saling terhubung satu sama lain karena keterikatannya .... dalam masyarakat pasca kapitalis terdapat dua jenis kelompok yang memengaruhi pembentukan kelas, yakni kelompok potensial dan kelompok kepentingan, dan konflik hanya muncul pada kedua kelompok tersebut .... setiap masyarakat tunduk pada proses perubahan; perubahan ada dimana-mana; disensus dan konflik ada di

setiap tempat; setiap unsur yang ada di dalam masyarakat memberikan sumbangan pada disintegrasi dan perubahan sosial; dan setiap hubungan sosial yang berlangsung dalam masyarakat didasarkan pada paksaan beberapa orang/anggota terhadap orang/anggota lain.”

Randall Collins dalam *Conflict Sociology: Toward An Explanatory Science* (1975), mendefinisikan konflik sebagai fenomena sentral dan bersifat multidimensi dalam kehidupan masyarakat (Johnson, 2008):

“Konflik adalah proses sentral dalam kehidupan masyarakat. Konflik dan persaingan menembus semua bidang kehidupan sosial sebagai hasil dari perjuangan berkelanjutan orang-orang untuk meningkatkan posisi mereka dalam hal sumber daya material, status, dan kekuasaan. Selain itu, konflik kelembagaan tingkat makro didasarkan pada proses dominasi dan kepatuhan tingkat mikro dalam hubungan sosial kehidupan sehari-hari masyarakat. Struktur sosial tidak pernah terpisah dari aktor yang membangunnya. Struktur sosial adalah esensi pola interaksi individu dalam struktur terus menerus menciptakan ulang organisasi sosialnya. Tiap orang hidup dalam kondisi subjektif yang dibangunnya sendiri. Ada kekuasaan orang lain untuk memengaruhi atau mengontrol pengalaman subjek dari individu. Ada kecenderungan dari individu untuk mengontrol orang yang berbeda atau menentang subjektivitas individu tersebut.”

Jonathan Turner dalam *The Structure of Sociological Theory* (1973) mendefinisikan konflik dalam pemahaman bahwa (Mas’udi, 2015: 179-80):

“Konflik dirancang untuk menyelesaikan dualisme (perbedaan pandangan), yakni jalan untuk mencapai persatuan (konsensus), bahkan jika itu harus melalui pemusnahan salah satu pihak yang berkonflik. Ini kira-kira sejajar dengan fakta bahwa konflik adalah gejala penyakit yang paling parah yang mewakili upaya organisme untuk membebaskan dirinya dari gangguan dan kerusakan disebabkan oleh ulah mereka sendiri.”

Menurut Mas’udi (2015: 80), konseptualisasi dari konflik sebagaimana dijelaskan oleh Turner di atas menunjukkan bahwa secara realistis konflik dapat saja berimplikasi kepada ketidaknyamanan suatu kelompok sosial, namun pada sisi lain hakikatnya merupakan antitesis yang bisa menimbulkan solusi atas suatu problematika sosial

Dalam pemahaman ilmu politik, pandangan konseptual tentang konflik dari para ahli ilmu politik akan dijelaskan secara ringkas sebagai berikut:

Joyce H. Frost dan William W. Wilmot (1978): "konflik politik adalah hasil dari sebuah perjuangan yang diekspresikan antara sekurang-kurangnya dua pihak yang saling bergantung, yang mempersepsi tujuan-tujuan yang tidak sepadan, imbalan yang langka, dan gangguan dari pihak lain dalam mencapai tujuan mereka."

Robert Lawang (1982): "konflik politik adalah perjuangan untuk memperoleh nilai, status, kekuasaan, dimana tujuan dari mereka yang berkonflik, tidak hanya memperoleh keuntungan, tetapi juga untuk menundukkan saingannya."

Eric Hoffer (1998): "salah satu faktor yang menggerakkan potensi konflik menjadi terbuka (*manifest conflict*) adalah faktor keinginan akan perubahan (politik) dan keinginan untuk mengganti (rezim kekuasaan). Setiap saat, kedua faktor tersebut dapat menggerakkan sebuah gerakan massa yang bergerak seketika, untuk menuntut sebuah perubahan politik revolusioner."

Maswadi Rauf (2001): "konflik politik merupakan salah satu bentuk konflik sosial, dimana keduanya memiliki ciri-ciri yang relatif mirip, yang membedakan konflik sosial dan politik adalah kata politik yang membawa konotasi tertentu bagi istilah konflik politik, yakni mempunyai keterkaitan dengan negara atau pemerintah, para pejabat politik atau pemerintahan, dan kebijakan."

Imam Hidayat (2009): "pada dasarnya politik selalu mengandung konflik dan persaingan kepentingan. Suatu konflik biasanya berawal dari kontroversi-kontroversi yang muncul dalam berbagai peristiwa politik, dimana kontroversi tersebut diawali dengan hal-hal yang abstrak dan umum, kemudian bergerak dan berproses menjadi suatu konflik."

Chusnul Mar'iyah (2020): "konflik (politik) dapat terjadi apabila paling sedikit ada dua kepentingan yang berbeda .... sebagai konsekuensi logis dari konstruksi sosial dari masyarakat yang dibangun dari berbagai kelompok etnik, agama, dan ras berbeda. Konstruksi sosial seperti ini secara alami mengakibatkan adanya perbedaan-perbedaan nilai yang secara potensial dapat mengakibatkan konflik. Pada konteks spasial di wilayah perkotaan, fenomena konflik di wilayah perkotaan dalam transisi demokrasi ini tidak dibatasi oleh isu-isu yang bersifat lokal saja, namun juga oleh pengaruh isu-isu nasional."

**TABEL 7** Peta Pemikiran Teori Konflik

<b>Karl Marx</b> (1818-1883)	<b>George Simmel</b> (1858-1918)	<b>Max Weber</b> (1864-1920)
Unit analisis: masyarakat, infrastruktur material, dialektika historis, konflik kelas	Unit analisis: individu, dualisme kelompok, asosiatif vs disosiatif	Unit analisis: masyarakat, suprastruktur ideologi, kekuasaan politik
<b>Lewis Alfred Coser</b> (1913-2003)	<b>Charles Wright Mills</b> (1916-1962)	<b>Ralf Dahrendorf</b> (1929-2009)
Unit analisis: ikatan kelompok, kohesi sosial, fungsi komunikasi	Unit analisis: masyarakat, struktur sosial, dominasi vs subordinasi kelompok	Unit analisis: masyarakat, dialektika konsensus-konflik, otoritas kelompok
<b>Randall Collins</b> (1941-sekarang)	<b>Jonathan Turner</b> (1942-sekarang)	
Unit analisis: masyarakat, struktur sosial, daya material, status, kontrol sosial, Kekuasaan	Unit analisis: masyarakat, dualisme kelompok, pertentangan organisme, penciptaan persatuan	

## C. FUNGSI DAN STRUKTUR POLITIK

### 1. Fungsi Sistem Politik

Sebagai suatu sistem, secara teoritis sistem politik sendiri diketahui merupakan salah satu sub sistem dari sistem yang lebih besar, yaitu sistem sosial. Dengan demikian, dalam aktivitasnya, sistem politik itu tidak bekerja dalam situasi *vacuum*, dimelainkan dalam situasi yang dinamis, terpengaruh dan ber-*interplay* dengan sub sistem-sub sistem lain (seperti sub sub sistem budaya, sub sistem ekonomi, sub sistem komunikasi, sub sistem bahasa, dan sub-sub sistem lainnya). Sehubungan sistem politik itu bekerja dalam situasi yang terbuka dari pengaruh sistem eksternal lainnya, maka sistem politik menghadapi berbagai tantangan, baik tantangan yang bersifat internal maupun eksternal, dan relatif sulit untuk mencapai tujuan-tujuan idealnya (Imran, 2014: 32).

Teori sistem politik yang dikembangkan Gabriel A. Almod dan David Easton ini menimba gagasan dari teori sistem Talcott Parsons. Paradigma struktural-fungsional dalam teori sosial ala Parsonian ini melihat masyarakat sebagai "suatu sistem sosial yang terdiri atas bagian-bagian atau elemen yang saling berkaitan dan saling menyatu dalam kesimbangan. Perubahan yang terjadi satu bagian akan membawa perubahan pula terhadap bagian lain" (Ritzer, 2010: 21). Masyarakat dilihat sebagai sebuah sistem dimana seluruh struktur sosialnya terintegrasi menjadi satu, masing-masing memiliki fungsi yang berbeda-beda

tapi saling berkaitan dan menciptakan konsensus dan keteraturan sosial serta keseluruhan elemen akan saling beradaptasi baik terhadap perubahan internal dan eksternal dari masyarakat (Ritzer dan Goodman, 2007: 118).

Talcott Parsons dalam teori sistem sosialnya, Parsons meyakini terdapat empat fungsi penting yang diperlukan oleh semua sistem (termasuk sistem politik). Empat fungsi tersebut dapat disingkat menjadi AGIL. Paradigma AGIL adalah skema sosiologis yang diciptakan oleh sosiolog Amerika Talcott Parsons pada 1950-an. Ini adalah penggambaran sistematis fungsi sosial tertentu, yang harus dipenuhi oleh setiap masyarakat untuk dapat mempertahankan kehidupan sosial yang stabil. Skema AGIL terkait fungsi sistem menurut Parsons adalah sebagai berikut (Ritzer dan Goodman, 2004: 21): (1) *adaptation* (A): sebuah sistem harus menanggulangi situasi eksternal di luar dirinya dan menyesuaikan lingkungan itu dengan kebutuhannya; (2) *goal attainment* (G): sebuah sistem harus memiliki tujuan utama; (3) *integration* (I): sebuah sistem harus mengatur hubungan antar bagian yang menjadi komponennya; dan (4) *latensi* (L) atau pemeliharaan pola: sebuah sistem harus melengkapi, memelihara, dan memperbaiki motivasi individual ataupun pola-pola kultural yang menciptakan dan menopang motivasi.

Di sisi lain, Robert King Merton (tokoh pemikir struktural-fungsional lainnya) dalam *Social Structure and Anomie* (1938) juga menjelaskan bahwa: “fungsi (sistem) menunjukkan konsekuensi tindakan-tindakan yang menyebabkan suatu sistem tetap hidup, sementara *dysfunction* menunjukkan bahwa suatu sistem itu mengalami keterputusan, kerusakan atau kehancuran.” Dengan demikian, pengertian fungsi dalam sistem politik mengandung arti ‘pencapaian tujuan’ sebagai akibat atau konsekuensi dari suatu tindakan politik yang berlangsung dalam aktivitas sistem politik (Nambo dan Puluhuwa, 2005: 269).

Menimba gagasan dari teori sistem sosial Parsons dan Merton, Almond dan Easton juga melihat bahwa jika sistem politik ingin melangsungkan aktivitasnya secara *ajeg*, maka setiap sistem politik harus melakukan berbagai penyesuaian secara terus-menerus sebagai akibat—sekaligusantisipasi atas—berlangsungnya berbagai bentuk perubahan dalam lingkungan sistem politik. Dalam kerangka pemahaman itu, setiap sistem politik harus melaksanakan fungsi-fungsi dasar tertentu, baik dalam rangka penyesuaian atau adaptasi dari sistem politik tersebut maupun dalam konteks eksistensi atau keberlanjutan hidup sistem politik itu sendiri.



Menurut Budiardjo (2015: 59), dalam asumsi umum setidaknya terdapat empat variabel yang selalu hadir dalam kehidupan setiap sistem politik, yakni:

1. Variabel *Kekuasaan*, terkait dengan cara atau metode untuk mencapai hal yang diinginkan, seperti alokasi sumber-sumber (baik sumber yang bersifat abstrak maupun konkret) di antara kelompok-kelompok yang ada di dalam masyarakat.
2. Variabel *Kepentingan*, terkait dengan tujuan-tujuan (baik jangka pendek maupun jangka panjang) yang ingin dicapai oleh pelaku-pelaku atau kelompok-kelompok politik.
3. Variabel *Kebijaksanaan*, terkait dengan hasil interaksi antara kekuasaan (suprastruktur) dan berbagai kelompok kepentingan (infrastruktur), biasanya dalam bentuk kebijakan atau penyusunan perundang-undangan.
4. Variabel *Budaya Politik*, terkait dengan orientasi subjektif-tradisional atau orientasi objektif-rasional dari individu (warga negara) terhadap sistem politik.

Seperti dikatakan Budiardjo (2015: 57), sistem politik adalah sebuah pendekatan atau cara pandang yang melihat politik bukan sebagai gejala abstrak bersifat ideal-normatif yang berpusat pada negara (selaku suprastruktur politik), akan tetapi politik adalah sebuah gejala konkret yang terkait dengan tingkah laku dan tindakan politik masyarakat.

“Konsep politik dalam penerapan pada situasi konkret seperti negara, mencoba mendasarkan studinya tentang gejala-gejala politik dalam konteks tingkah laku masyarakat. Tingkah laku dalam aktivitas politik dianggap sebagai bagian dari keseluruhan tingkah laku sosial. Menurut pemikiran ini masyarakat merupakan suatu sistem sosial yang pada hakekatnya terdiri dari berbagai macam proses. Di antara berbagai macam proses ini dapat dilihat gejala-gejala politik sebagai suatu kumpulan proses tersendiri yang berbeda dengan proses-proses lainnya .... sistem politik hanyalah salah satu (sub sistem) dari bermacam-macam sistem yang terdapat dalam masyarakat (seperti sistem ekonomi, sistem budaya, sistem komunikasi, sistem bahasa, dan sebagainya ..... setiap proses dari masing-masing tingkah laku sosial dari berbagai sub sistem tersebut memiliki fungsi tertentu yang dimaksudkan untuk menjaga kelangsungan hidup dan mencapai tujuan dari masyarakat. Proses tingkah laku dari setiap sistem ini merupakan lingkungan dari sistem politik, yang memengaruhi jalannya sistem politik dan pelaku-pelaku politik.”

Dalam arti yang abstrak (bersifat ideal-normatif), tidak sedikit para ahli ilmu politik yang berasumsi bahwa tujuan akhir setiap sistem politik juga merupakan tujuan akhir dari negara, karena negara pada intinya terdiri dari (interaksi) suprastruktur politik dan infrastruktur politik. Negara, secara ideal-normatif, kerap dipahami sebagai asosiasi manusia yang hidup dan bekerjasama untuk mengejar tujuan bersama. Dalam pandangan ideal-normatif itu, tujuan terakhir setiap negara adalah menciptakan kebaikan, kebahagiaan atau kesejahteraan hidup bagi rakyatnya—seperti tercermin dalam adagium: *bonum publicum* (demi kebahagiaan rakyat), *bonum commune* atau *common good* (demi kebaikan bersama), atau *common wealth* (demi kesejahteraan bersama) (Lihat Budiardjo, 2015: 54).

Jauh sebelum konsep sistem politik Almond dan Easton yang dipengaruhi paradigma struktural-fungsional (*behavioristic*) dikonstruksi, definisi tentang tujuan akhir negara dari para filsuf politik dan ilmuwan politik abad pertengahan cenderung bersifat normatif-idealistik, yang kemudian memengaruhi gagasan para ahli ilmu politik generasi setelahnya. Harold J. Laski dalam *The State in Theory in Practice* (1947: 12) misalnya, menyebut tujuan negara adalah: "*creation of those condition under which the members of the state may attain the maximum satisfaction of their desires*" (menciptakan keadaan dimana rakyat dapat mencapai keinginan-keinginan mereka secara maksimal). Sementara Roger H. Soltou dalam *An Introduction to Politics* (1952: 253) menyebut tujuan negara sebagai: "*the freest possible development and creative self-expression of its member*" (memungkinkan rakyatnya berkembang serta mengekspresikan daya-cipta/imajinasinya sebebasmungkin).

Sarjana lain, seperti Charles Edward Merriam dalam *Systematic Politics* (1957: 31) punya asumsi yang lebih realistis dengan menyebut 5 (lima) fungsi negara, yakni: (1) keamanan ke luar (*external security*); (2) ketertiban di dalam (*internal order*); (3) keadilan (*justice*); (4) kesejahteraan umum (*general welfare*); dan (5) kebebasan (*freedom*). Setidaknya, dalam konsep Merriam terdapat kewajiban negara (*oligation state*) untuk memenuhi fungsi keamanan eksternal, ketertiban internal, dan kebebasan selaku inprastruktur politik kepada masyarakatnya (selaku infrastruktur politik).

Berbeda dengan para ahli di atas, Gabriel A. Almond dalam *A Development Approach to Political System* (1965) menghindari penggunaan konsep negara (yang bersifat ideal-normatif; dan asumsinya bersifat abstrak) saat menjelaskan kehidupan politik, namun Almond lebih *confirm* menggunakan istilah sistem

politik untuk menjelaskan gejala dan fungsi-fungsi politik sebagai sebuah realitas kekuasaan (politik) yang bersifat empirik, rasional, dan objektif. Seperti dikatakan Almond (dalam Mas'oeed dan Andrews, 2008: 29):

"... *political activities as political functions are divided into two categories, namely input functions and output functions. Input functions are very important in determining the workings of the system and are necessary for making and implementing policies in the political system*—kegiatan politik sebagai fungsi-fungsi politik terbagi dalam dua kategori, yaitu fungsi-fungsi masukan dan fungsi-fungsi keluaran. Fungsi-fungsi masukan adalah fungsi yang sangat penting dalam menentukan cara kerja sistem dan yang diperlukan untuk membuat dan melaksanakan kebijaksanaan dalam sistem politik."

Menurut Almond dan Easton (yang telah berhasil mengadopsi istilah *input* dan *output* dari ilmu ekonomi serta pendekatan *behavioristic* dari psikologi dan sosiologi untuk tujuan analisis fungsi, perilaku, dan struktur dalam aktivitas sistem politik) tujuan utama studi komparatif dari sistem politik adalah mencari asumsi-asumsi dasar yang bisa menjelaskan sistem politik secara struktural dan fungsional, dan untuk tujuan itu apa yang telah dilakukan Almond dan Easton pada akhirnya menjadi dasar dari teori atau analisis sistem umum (*general system theory*). Untuk tujuan komparatifnya, Almond telah membagi fungsi sistem politik menjadi dua kategori besar, yakni fungsi masukan (*input*) dan fungsi keluaran (*output*) dalam sistem politik (Nitisha, dalam [politicalsciencenotes.com](http://politicalsciencenotes.com)).

Fungsi *inputing* mencakup: (1) fungsi sosialisasi dan rekrutmen politik (*political socialisation and recruitment*); (2) fungsi artikulasi kepentingan (*interest articulation*), (3) fungsi penampungan kepentingan (*interest aggregation*); dan (4) fungsi komunikasi politik (*political communication*). Sementara fungsi *outputing* mencakup: (1) kekuasaan pembuatan keputusan (*rule making*); (2) kekuasaan untuk mengadili (*rule adjudication*); dan (3) kekuasaan untuk melaksanakan keputusan/kebijakan (*rule application*) (Nitisha, dalam [politicalsciencenotes.com](http://politicalsciencenotes.com)).

Jika kita memfokuskan perhatian kita pada dua jenis fungsi yang dilakukan oleh sistem politik ini, kita akan menemukan bahwa fungsi masukan umumnya dilakukan oleh organisasi dan lembaga non-pemerintah yang mencakup kelompok penekan, kelompok kepentingan, partai, lembaga pendidikan. Pemerintah hanya memiliki sedikit peran dalam fungsi input. Saat menjalankan fungsi masukan, lembaga memiliki sedikit ruang untuk melanggar hukum umum

dan struktur hukum dan konstitusi yang ada. Tetapi jika agensi memiliki gagasan untuk mengubah struktur yang ada, mereka dapat melakukan sebaliknya (Nitisha, in [politicalsciencenotes.com](http://politicalsciencenotes.com)).

Dalam *Almond's Developmental Approach to Political System*, Mahrukh Chemma (2014: 6) menyebut bahwa konsep dasar teori sistem politik Almond adalah sejauh mana sistem politik mampu menjalankan fungsinya pada tiga level berikut:

1. Level *Kapasitas Sistem*: tujuannya untuk menjelaskan bagaimana perilaku sistem politik mempengaruhi sistem sosial lainnya.
2. Level *Konversi*: tujuannya untuk menjelaskan bagaimana mengonversi permintaan (masukan, *inputing* politik) menjadi keputusan (keluaran, *outputing* politik) dalam proses politik.
3. Level *Kekenyalan Sistem*: tujuannya untuk menjelaskan bagaimana pemeliharaan dan adaptasi sistem melalui mekanisme sosialisasi dan rekrutmen politik.

Dalam kaitannya dengan fungsi komunikasi politik sebagai salah satu fungsi utama sistem politik, komunikasi politik terbagi dalam dua fungsi, yaitu: (1) fungsi komunikasi politik pada struktur pemerintah atau *the governmental political sphere* (suprastruktur politik); dan (2) fungsi komunikasi politik pada struktur masyarakat atau *the socio political sphere* (infrastruktur politik). Pada struktur pemerintahan, komunikasi politik berisi informasi mengenai kebijakan pemerintah dan ditujukan sebagai upaya mewujudkan loyalitas dan integritas nasional agar tujuan negara yang lebih luas dapat tercapai. Sedangkan pada struktur pemerintahan, komunikasi politik berisi informasi yang berasal dari hasil komunikasi politik, agregasi kepentingan, dan artikulasi kepentingan di antara berbagai kelompok asosiasi yang disampaikan kepada pemerintah.

Disamping itu, fungsi komunikasi politik dalam konteks sistem politik juga dipahami dalam kaitannya dengan penyampaian pesan-pesan politik (*political messages*) yang akan disampaikan, apakah dalam bentuknya selaku informasi politik (*political information*), pembentukan citra politik (*building a political image*), pembentukan pendapat umum (*formation public opinion*), mendorong partisipasi politik (*encourage political participation*), dan menjawab pendapat atau tuduhan lawan politik (*responding to opinion or accusation of political opponents*).

## 1. *Political Information*

Informasi politik adalah salah satu sarana penting dimiliki yang harus dimiliki oleh para pembuat kebijakan, pejabat birokrasi, politisi parlemen termasuk para jurnalis, aktivis, dan masyarakat pada umumnya sebagai perbendaharaan informasi politik. Bagi para pembuat kebijakan, pejabat birokrasi, politisi parlemen dan para aktor/elite politik pencarian informasi politik dibutuhkan sebagai sarana agregasi kepentingan. Informasi politik bagi pemerintah berfungsi sebagai sarana kontrol mengenai reaksi atas keputusan atau kebijakan pemerintah kepada masyarakat, mengenai usaha-usaha yang dilakukan lembaga politik yang berhubungan dengan pemerintah dan masyarakat, serta lalu lintas komunikasi yang bersifat politik di dalam institusi pemerintahan itu sendiri. Dengan manajemen penyampaian informasi dan komunikasi politik yang efektif, masyarakat dapat lebih mengerti dan memahami mengenai berbagai hal mengenai keputusan atau kebijakan politik pemerintah serta isu-isu politik yang berkembang dalam pemerintahan. Dengan begitu, kesalahpahaman (*misunderstanding*) yang mungkin terjadi antara pemerintah *vis-a-vis* masyarakat terkait informasi politik bisa dihindari.

Sementara bagi jurnalis, aktivis, dan masyarakat pada umumnya informasi politik dibutuhkan baik dalam konteks penyampaian aspirasi/artikulasi kepentingan maupun sebagai sarana kritik atas keputusan atau kebijakan pemerintah, sekaligus sebagai sarana politik partisipasi. Menurut Wolfsfeld, dkk. (2015), argumen utama pentingnya informasi politik bagi kalangan pemerintah maupun publik adalah bahwa dalam asupan informasi politik yang disalurkan media massa yang sangat cepat intensitasnya saat ini, individu dan kelompok dengan tingkat kepentingan politik tertinggi lebih mungkin untuk mengembangkan perbendaharaan informasi politik yang lebih kaya yang melibatkan pemanfaatan cara digital dan tradisional untuk mencari informasi politik. Individu dan kelompok dengan perbendaharaan informasi politik yang lebih kaya diharapkan memiliki tingkat pengetahuan, kecakapan, dan partisipasi politik yang lebih tinggi.

## 2. *Building a Political Image*

Salah satu tujuan sistem politik dalam konteks komunikasi politik adalah fungsi pembangunan atau pembentukan citra politik yang baik bagi khalayak (masyarakat), termasuk citra pemerintah dimata masyarakat internasional. Citra politik terbangun atau terbentuk berdasarkan informasi yang diterima

oleh khalayak (lokal, nasional maupun internasional), baik melalui saluran politik yang bersifat langsung (*diskusi, hearing, lobby, negosiasi*) maupun melalui media politik, termasuk media massa dan media sosial yang bekerja untuk menyampaikan berbagai pesan atau informasi politik—dari pesan atau informasi politik yang bersifat umum hingga pesan atau informasi politik yang bersifat spesifik dan rahasia.

Citra akan terbentuk secara efektif jika pemerintah selaku komunikator politik mampu mengembangkan sikap simpati (*sympathy*), penerimaan (*acceptance*), perhatian (*interesting*), dan pemahaman (*knowledge*) dan menjauhi sikap permusuhan (*hostility*), prasangka (*prejudice*), ketidapedulian (*apathy*), dan ketidaktahuan (*ignorance*) (Jefkins, 1992: 44). Pembangunan citra atau reputasi dari pemerintah yang dilatari oleh kemampuan komunikasi politik yang efektif serta kinerja yang positif akan mendorong dukungan publik kepada pemerintah (fungsi interaksi dan adaptasi dalam konteks sistem politik). Dukungan dan partisipasi publik mutlak diperlukan bagi keberlangsungan hidup pemerintahan. Sebuah lembaga tidak akan pernah hidup dan berkembang jika tidak pernah mendapat dukungan dari masyarakatnya. Pemerintahan dapat memenuhi kebutuhan dan tuntutan publik melalui media massa, lembaga kehumasan pemerintah, komunikasi langsung dengan masyarakat, dan berbagai saluran informasi lainnya (Kasmirus, 2013).

### 3. *Formation Public Opinion*

Leonard Dood dalam *Public Opinion and Propaganda* (1984) menyatakan: “*public opinion refers to people’s attitude on an issue they are members or the same social group*” (opini publik mengacu pada sikap masyarakat terhadap suatu isu bahwa mereka adalah anggota atau kelompok sosial yang sama). Artinya, pendapat umum sebagai sikap orang banyak mengenai sesuatu hal penting dan strategis untuk di-*manage* oleh pemerintah karena ia berhubungan erat dengan kemampuan pemerintah dalam mengelola sikap manusia. Pembentukan pendapat umum dalam komunikasi politik sangat ditentukan oleh peranan media politik terutama media massa. Selain memiliki fungsi memberi informasi (*to inform*), media massa juga berfungsi mendidik (*to educate*), menghubungkan (*to relation*), dan menghibur (*to entertain*), juga terutama membentuk pendapat umum (*form to public opinion*) yang merupakan dimensi penting dalam kehidupan politik. Setiap sistem politik mengembangkan jaringan komunikasi politiknya sendiri, dan mengakui pentingnya sumber-sumber khusus; sedang

saluran-saluran dan para pendengar akan berbeda menurut jenis media yang digunakan.

#### 4. *Encourage Political Participation*

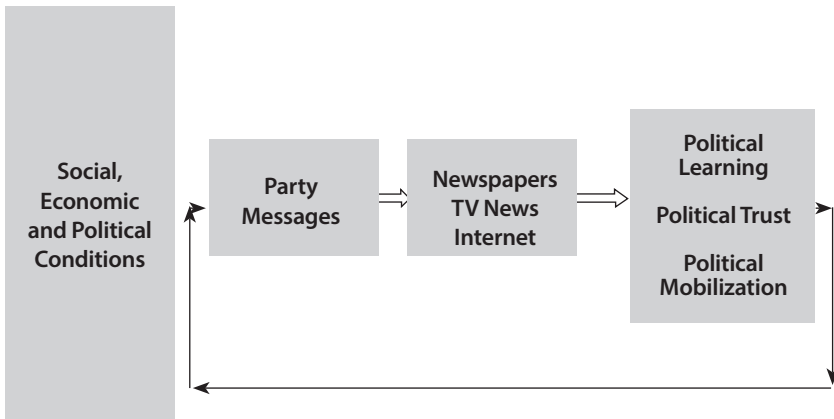
Partisipasi politik adalah elemen penting dari sebuah tahapan demokrasi. Mendorong partisipasi politik adalah bentuk konkret pendidikan politik warga negara. Partisipasi politik dimaksudkan agar setiap individu dapat berperan aktif dalam berbagai bentuk aktivitas atau kegiatan politik. Salah satu bentuk partisipasi politik yang penting adalah saat individu menggunakan hak suaranya untuk memilih seseorang atau calon partai politik tertentu dalam sebuah pemilu. Terkait partisipasi, dalam konteks komunikasi politik terdapat satu institusi penghubung yang memiliki andil besar, yakni media massa. Media massa (seperti televisi, surat kabar, dan terutama media sosial) memiliki posisi dan peran strategis dalam mentransmisi pesan/informasi politik secara luas terkait pentingnya partisipasi politik masyarakat sebagai wujud kesadaran warga negara dalam kehidupan politik negara. Di era politik virtual saat ini, tidak berlebihan jika dikatakan bahwa media massa menjadi salah satu penentu penting 'gagal-suksesnya' sebuah aktivitas demokrasi.

Menurut Gazali (2004: 67), dua fungsi utama media massa adalah sebagai sarana 'informasi publik' dan sarana 'partisipasi politik'. Berbagai riset komunikasi politik media menunjukkan, ada relasi signifikan antara politik dan media. Media massa tidak hanya mampu menyampaikan berbagai informasi yang harus diketahui oleh khalayak, namun juga mampu mempengaruhi sikap, persepsi, opini, dan keyakinan individu mengenai proses-proses politik, kekuasaan, dan legitimasi melalui pemberitaan yang disampaikannya. Peran media massa—baik sebagai sumber informasi maupun sebagai sarana partisipasi politik—telah diakui banyak pihak sebagai salah satu kekuatan untuk pembentuk opini publik (Gazali, 2004: 54).

Signifikansi peran media massa dalam konteks deseminasi informasi politik akan menentukan tinggi-rendahnya intensitas partisipasi politik, misalnya keikutsertaan masyarakat pada pemilu (pemilihan presiden, pemilu legislatif, dan rangkaian pemilu di tingkat lokal: pemilihan gubernur/wakil gubernur, bupati/wakil bupati, walikota/wakil walikota, dan anggota DPRD di tingkat provinsi atau kabupaten/kota). Melalui media massa, pesan atau informasi politik yang disampaikan pemerintah ke masyarakat akan sampai kepada masyarakat. Dalam komunikasi politik, bentuk penyampaian pesan melalui media ini dalam

kajian komunikasi politik dikenal sebagai media komunikasi politik. Pesan yang dihadirkan oleh media dalam mendorong tingkat partisipasi yang tinggi akan mendorong partisipasi politik masyarakat yang efektif. Dengan cara demikian, informasi politik yang disalurkan media massa akan mengonstruksi kesadaran akan pentingnya partisipasi politik masyarakat dalam pembangunan politik bangsa.

**GAMBAR 17. Bagan Relasi Komunikasi dan Politik Pippa Norris**



Sumber: Pippa Norris (2000: 11).

##### 5. *Responding to Opinion or Accusation of Political Opponents*

Pesan politik hanya mungkin disampaikan secara efektif jika pemerintah selaku regulator dan aktor politik mampu menjawab pendapat atau tuduhan lawan politik secara elegan. Namun, persoalan muncul ketika berbagai informasi yang disampaikan oleh aktor-aktor politik tidak mengindahkan etika komunikasi dan malah mengabaikan kepentingan dan hak publik untuk mendapat informasi yang benar, mengandung unsur kekerasan (*bullying communication*), serta bertendensi menjatuhkan pihak lawan politik (intimidatif). Menurut Haryatmoko (2007), disini etika komunikasi diperlukan dalam usaha menumbuhkan kepedulian publik untuk mengkritisi media yang cenderung vulgar menyampaikan informasi politik.



Efektivitas dalam menjawab pendapat atau tuduhan lawan politik dapat diantisipasi dalam beberapa konsep yang ditawarkan Tubbs dan Moss (2014) serta Norton (1983). Menurut Tubbs dan Moss (2014: 31-32) gaya komunikasi terbagi ke dalam 6 (enam) model berikut:

**TABEL 8 Gaya Komunikasi Tubbs dan Moss**

Gaya Komunikasi	Indikator
(1) Gaya mengendalikan ( <i>The Controlling Style</i> )	Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini ditandai dengan satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah ( <i>one-way communications</i> ). Pihak-pihak yang menggunakan <i>controlling style of communications</i> ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk mengharapkan pesan. Mereka tidak memiliki rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik ( <i>feedback</i> ) tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka.
(2) Gaya kesetaraan ( <i>The Equalitarian Style</i> )	Aspek penting gaya komunikasi ini adanya landasan kesamaan. <i>The equalitarian style</i> ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah ( <i>two way traffic of communication</i> ). Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain, baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup yang lain. <i>The equalitarian style</i> ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam kelompok atau antara satu dengan yang lainnya.
(3) Gaya komunikasi terstruktur ( <i>The Structuring Style</i> )	Gaya komunikasi yang berstruktur ini memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memanfaatkan perintah yang harus dilaksanakan. Pengirim pesan lebih memberi perhatian pada keinginan untuk mempengaruhi orang lain. Pada gaya komunikasi ini adalah seseorang yang mampu merencanakan pesan-pesan verbal guna lebih memantapkan tujuannya, memberikan penegasan atau mempunyai jawaban setiap pertanyaan-pertanyaan yang muncul.

Gaya Komunikasi	Indikator
(4) Gaya Dinamis ( <i>The Dinamic Style</i> )	Gaya komunikasi yang dinamis memiliki kecenderungan agresif karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungannya berorientasi pada tindakan. Tujuan utama gaya komunikasi ini adalah komunikasi yang agresif, komunikasi yang agresif ini bertujuan untuk merangsang penerima pesan agar melakukan sesuatu dengan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif jika digunakan saat mengatasi persoalan. Namun biasanya penerima pesan tidak mengerti apa yang dimaksud penerima pesan.
(5) Gaya komunikasi lepas ( <i>The Relinquishing Style</i> )	Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan menerima saran, pendapat maupun gagasan orang lain dari pada keinginan untuk perintah, meskipun pemberi pesan memiliki hak untuk memberi perintah atau mengontrol orang lain. Gaya komunikasi ini lebih efektif untuk orang-orang dalam suatu atau kelompok suatu organisasi yang melibatkan banyak orang. Karena apa yang disampaikan oleh pengirim pesan dapat dipertanggungjawabkan.
(6) Gaya Manarik Diri ( <i>The Withdrawal Style</i> )	Gaya komunikasi ini hanya muncul dengan melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memaknai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antar pribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Gaya komunikasi ini dapat dikatakan dimuati secara kental oleh modus mengalihkan persoalan.

Keenam gaya komunikasi yang diperoleh dari uraian di atas menunjukkan bahwa *the equalitarian style* merupakan gaya komunikasi yang ideal. Sementara tiga gaya komunikasi lainnya: *structuring*, *dynamic*, dan *relinquishing* bisa digunakan secara strategis untuk menghasilkan efek yang bermanfaat bagi pemerintah untuk memberi pendapat atau menjawab tuduhan dari lawan-lawan politiknya. Adapun gaya komunikasi yang terakhir, yakni *controlling* dan *withdrawal* potensial menghalangi berlangsungnya proses komunikasi politik yang interaktif, adaptif, dan bermanfaat.

Robert Norton dalam *Communicator Style: Theory, Application, and Measures* (1983), juga berhasil mengidentifikasi 10 (sepuluh) aspek gaya komunikasi, yang bisa digunakan untuk melihat sejauh mana kapasitas pemerintah dalam

melakukan komunikasi politik dengan para pihak. Gaya komunikasi Norton meliputi (Riadi, 2018):

**TABEL 9 Gaya Komunikasi Robert Norton**

Gaya Komunikasi	Indikator
(1) <i>Dominant</i>	Komunikator bertindak dominan dalam berinteraksi, orang seperti ini cenderung ingin menguasai pembicaraan.
(2) <i>Dramatic</i>	Komunikator cenderung berlebihan dalam berkomunikasi; bermain dengan kata-kata yang mengandung kiasan, metafora, cerita fantasi dan permainan suara.
(3) <i>Animate Expressive</i>	Komunikator menggunakan gaya kontak mata, ekspresi wajah, <i>gesture</i> dan gerak badan sebagai nuansa dalam berkomunikasi.
(4) <i>Open</i>	Komunikator bersikap terbuka, tidak ada rahasia sehingga muncul rasa percaya diri dan terbentuk komunikasi dua arah.
(5) <i>Argumentative</i>	Komunikator cenderung suka berargumen, agresif dalam berargumen, dan menentang pendapat orang lain
(6) <i>Relaxed</i>	Komunikator mampu bersikap positif dan saling mendukung terhadap orang lain.
(7) <i>Attentive</i>	Dalam berinteraksi dengan orang lain, komunikator dengan menjadi pendengar yang aktif, bersikap empati dan sensitif.
(8) <i>Impression Leaving</i>	Kemampuan komunikator dalam membentuk kesan pada pendengarnya.
(9) <i>Friendly</i>	Komunikator bersikap ramah tamah dan sopan saat sedang menyampaikan pesan kepada penerima pesan
(10) <i>Precise</i>	Gaya yang tepat dimana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.

Dari kesepuluh gaya komunikasi versi Norton di atas, gaya komunikasi *animate expressive, open, relaxed, attentive, fiendly*, dan *precise* merupakan tujuh gaya komunikasi yang ideal. Ketujuh gaya komunikasi ini bisa digunakan secara strategis untuk menghasilkan efek yang bermanfaat bagi pemerintah untuk memberi pendapat atau menjawab tuduhan dari lawan-lawan politiknya. Sementara tiga gaya komunikasi lainnya: *dominant, dramatic*, dan *argumentative* potensial menghalangi berlangsungnya interaksi yang positif dan produktif dalam proses komunikasi politik.

Dalam konteks komunikasi politik, juga dapat diketengahkan beberapa bentuk fungsi komunikasi politik dalam kehidupan sistem politik yang dilakukan oleh para komunikator politik untuk mencapai tujuan politiknya. Setidaknya, terdapat 8 (delapan) bentuk komunikasi politik berikut:

#### 1. Retorika Politik (*Political Rhetoric*)

*Rhetorica* adalah seni berpidato atau teknik berbicara, yang umumnya digunakan dalam acara debat, diskusi, seminar, simposium, dan forum pertemuan yang bersifat massif. Dalam konteks komunikasi, kajian retorika masuk dalam lingkup komunikasi massa, sementara retorika politik masuk dalam lingkup kajian komunikasi politik. Tujuan utama retorika politik adalah membujuk, memberi pengertian, dan meyakinkan pendengar (khalayak, *audience* atau konstituen) akan kebenaran gagasan atau informasi politik yang disampaikan pembicara atau komunikator politik (Riadi, 2018).

Retorika memiliki beberapa tujuan, diantaranya: (1) *to inform*: memberi penerangan, pengertian, atau penyadaran kepada massa; (2) *to convince*: meyakinkan dan menginsafkan; (3) *to inspire*: merangsang inspirasi atas teknik dan sistem penyampaian yang baik dan bijaksana; (4) *to entertain*: menggembirakan, menghibur, menyenangkan, dan memuaskan; (5) *to ectuate (to put into action)*: menggerakkan dan mengarahkan orang /kelompok lain untuk bertindak menetralsir dan melaksanakan ide yang telah dikomunikasikan oleh orator (komunikator) politik di hadapan massa atau khalayak politik (Tasmara, 1997: 156),.

#### 2. Agitasi Politik (*Political Agitation*).

Agitasi berasal dari bahasa Yunani '*agitare*' yang bermakna bergerak atau menggerakkan. Pengertian agitasi memiliki kemiripan dengan pengertian propaganda jika ditinjau dari sisi bagaimana komunikasi dilakukan. Agitasi bertujuan untuk membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik

lisan maupun tulisan dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak. Dimulai dengan cara membuat kontradiksi dalam masyarakat dan menggerakkan khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang dialami (id.wikipedia.org/wiki/Agitprop).

Praktik agitasi dilakukan agar khalayak bersedia memberikan pengorbanan yang besar bagi tujuan yang langsung dan bersedia mengorbankan jiwa untuk mewujudkan sebuah ambisi atau cita-cita politik. Pelaku agitasi disebut agitator, yakni orang yang berusaha memantik rasa ketidakpuasan, kegelisahan, atau pelawanan politik terhadap orang atau kelompok lain. Agitasi memiliki konotasi yang negatif karena praktik agitasi umumnya bersifat menghasut, mengancam, menggelisahkan, membangkitkan rasa tidak puas di kalangan khalayak, dan potensial mendorong pemberontakan (Malik, 2016: 6).

### 3. Propaganda Politik (*Political Propaganda*)

Propaganda berasal dari bahasa latin '*propagare*' yang berarti menanam tunas tanaman. Menurut Laswell, propaganda merujuk pada kontrol opini melalui simbol-simbol penting, atau berbicara konkret tapi tidak akurat melalui cerita, rumor, berita atau bentuk-bentuk komunikasi sosial lainnya. Propaganda adalah aktivitas komunikasi yang berupaya memanipulasi psikologi khalayak (Heryanto, 2013: 76); sejenis elaborasi pesan politik untuk meraih pengaruh secara persuasif yang digunakan guna menciptakan partisipasi politik (aktif maupun pasif) dalam sebuah tindakan yang dilatari oleh motif manipulasi psikologis. Propaganda dapat juga dimaknai sebagai tindakan manusia yang memanipulasi melalui strategi representasi (penyajian), bisa berbentuk lisan, tulisan, gambar, atau musik (Malik, 2016: 6). Sementara propagandis adalah orang yang melakukan propaganda yang mampu menjangkau khalayak yang lebih besar. Propaganda umumnya dilakukan para politisi atau kader partai politik yang memiliki kemampuan menggunakan teknik-teknik sugesti dalam berbicara di hadapan massa.

### 4. Publik Relation Politik (*Political Public Relations*)

PR politik merupakan suatu upaya alternatif dalam mengimbangi bentuk-bentuk komunikasi negatif, seperti agitasi atau propaganda yang dianggap membahayakan kehidupan sosial dan politik. PR politik bertujuan untuk menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka atau akomodatif antara politikus, profesional atau aktivis (komunikator) dengan khalayak (kader,

simpatisan, khalayak umum). PR politik sejenis proses *public relations* yang dengan motif politik, yakni membangun komunikasi dengan publik internal dan eksternal organisasi dalam suatu lingkungan politik dengan melibatkan komponen-komponen dan sumber daya politik untuk mengelola sejumlah isu agar mendapatkan perhatian, dilakukan secara sistematis, terencana, dan terarah untuk memperoleh kesepahaman dengan berbagai pihak dalam upaya mewujudkan tujuan politik organisasi. Tujuan utama aktivitas *public relations* politik adalah meraih dukungan politik dari publik internal dan eksternal dalam pencapaian tujuan khusus sebuah organisasi atau institusi publik. Tujuan umum ini jika dirinci lagi adalah sebagai berikut (Heryanto dan Zarkasy, 2012).

#### 5. Lobi Politik (*Political Lobby*)

Lobi mengacu pada istilah yang merujuk pada tempat para tamu menunggu untuk berbincang-bincang di tempat tertentu, seperti hotel atau apartemen. Sebagai aktivitas komunikasi, lobi biasanya dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan mempengaruhi pimpinan organisasi atau orang yang memiliki posisi/kedudukan penting dalam pemerintahan sehingga dapat memberikan keuntungan politis bagi si pelobi. Dalam lobi politik, aktivitas lobi tidak ditujukan semata-mata untuk meraih kepentingan material (ekonomi atau bisnis), namun lebih ditujukan untuk tujuan/kepentingan 'politis' (misalnya melobi anggota DPR untuk menunda/membatalkan sebuah undang-undang atau melobi pejabat tinggi pemerintah untuk mengeluarkan paket subsidi). Tingkat keberhasilan lobi politik sangat ditentukan oleh pengaruh, posisi, kharisma, kompetensi, dan penguasaan masalah (teknis dan non teknis) dari si pelobi.

Dalam dunia politik, lobi bisa juga dimaknai sebagai usaha individu atau kelompok dalam rangka partisipasi politik, yakni melobi para pemimpin politik atau pejabat pemerintah dengan tujuan memengaruhi keputusan politik tertentu yang diharapkan dapat menguntungkan kepentingan semua pihak. Lobi politik dengan demikian adalah sebuah medan penting bagi pembicaraan isu-isu kekuasaan, pengaruh politik, otoritas politik, kebijakan politik, dan seterusnya.

#### 6. Wacana Politik (*Political Discourse*)

Wacana politik terkait dengan penggunaan bahasa politik sebagai salah satu aspek penting dalam komunikasi politik. Semua bahasa politik melibatkan

tindak tutur pemerintah, media massa, maupun masyarakat sebagai produksi ujaran politik. Menurut Austin (dalam Nur, 2010: 289-290) segala bentuk aksi dan perbuatan manusia di muka bumi ini terdiri atas wacana, yakni rangkaian ujaran (tindak tutur), baik yang bersifat abstrak (*langue*) maupun yang diucapkan atau diucapkan (*parole*) manusia.

Demikian pula halnya dengan kekuasaan yang terwujud dalam wacana politik yang terepresentasi dalam berbagai bentuk ujaran atau tindak tutur. Melalui ujaran/tindak tutur dalam wujud wacana politik publik, konstruksi kekuasaan dapat diamati dan digambarkan secara konkret. Dalam wacana politik, diskursus politik publik terkait identifikasi atas sumber dan fungsi-fungsi kekuasaan dapat beralansung dalam topik-topik diskusi publik tentang kekuasaan: apakah ia berbasis paksaan (*coercive power*), absah (*legitimate power*), otoritatif (*authoritative power*), keahlian (*expert power*), imbalan/hadiah (*reward power*) atau atraktif/acuan (*attractive power*) (Nur, 2010: 297; Subakti, 1992: 57-64).

Realitas ini menunjukkan bahwa *political discourse* menjadi arena penting, karena wacana politik bisa digunakan warga negara untuk mengidentifikasi fenomena politik dan realitas kekuasaan yang ada. Artinya, untuk membangun dan mempertahankan komunikasi politik yang kredibel dan akuntabel dalam ruang diskursus publik harus dimulai dari interpretasi politik dan pembentukan wacana politik yang konstruktif, seimbang, rasional, dan objektif. Dalam konteks wacana politik, implementasi prinsip-prinsip demokrasi dalam penyelenggaraan sistem politik menjadi niscaya.

#### 8. *Kampanye Politik (Political Campaign)*

Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan orang atau kelompok (organisasi) dalam waktu tertentu untuk memperoleh dan memperkuat dukungan politik masyarakat. Kampanye politik merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

#### 9. *Media Massa (Mass Media)*

Media massa adalah sarana atau saluran efektif bagi perluasan pesan-pesan atau informasi politik bagi para aktor/elite politik untuk meraih kekuasaan, mengontrol pengaruh, mendapatkan dukungan, membentuk dan mengubah opini publik, membentuk atau membangun citra politik. Media massa adalah

sarana untuk khalayak yang lebih luas atau yang tidak bisa terjangkau oleh saluran komunikasi yang lain.

## 2. Struktur Politik

Pengertian struktur dalam analisa (sistem) politik memiliki perbedaan dengan istilah yang digunakan dalam pengertian (analisis) sosiologis. Dalam pengetahuan politik, struktur berarti institusi untuk mengidentifikasi bagian-bagian yang ada dalam sistem politik, karena setiap sistem politik pada hakekatnya memiliki beberapa institusi atau struktur politik, seperti struktur legislatif, struktur eksekutif, struktur yudikatif, struktur partai politik, dan berbagai struktur politik lainnya. Menurut Almond, nomenklatur struktur dalam konteks sosiologi dalam pemahaman ilmu politik disebut sebagai institusi (Nitisha, in [politicalsciencenotes.com](http://politicalsciencenotes.com)). Dalam setiap sistem politik terdapat dua struktur utama, yakni suprastruktur politik dan infrastruktur politik. Karena secara terminologis, sistem politik sendiri pada hakikatnya terdiri dari struktur yang terbagi menjadi dua komponen besar, yaitu komponen suprastruktur dan komponen infrastruktur (Kantaprawira, 1988: 54).

Suprastruktur politik adalah pihak-pihak yang langsung terlibat dalam penyelenggaraan kehidupan politik negara. Suprastruktur politik adalah 'mesin politik' yang keberadaannya resmi (diakui) dalam suatu negara (sistem politik). Suprastruktur politik merupakan penggerak politik yang bersifat formal. Dalam pengertian lainnya, suprastruktur politik adalah gambaran pemerintah secara luas yang terdiri dari lembaga-lembaga pemerintahan negara. Lembaga-lembaga ini memiliki tugas dan peranan yang semuanya diatur oleh konstitusi atau peraturan perundang-undangan terkait landasan hukum suprastruktur politik. Sementara infrastruktur politik berarti pihak-pihak yang tidak atau tidak langsung terlibat dalam penyelenggaraan kehidupan negara. Infrastruktur politik merupakan kelompok-kelompok politik yang ada di masyarakat yang berpartisipasi secara aktif dalam kehidupan politik negara. Kelompok-kelompok ini terbentuk dengan sendirinya dan berperan menjadi pelaku politik non formal yang juga memiliki pengaruh dalam pembentukan kebijakan negara. Infrastruktur politik ini tidak diatur secara resmi oleh konstitusi ataupun perundang-undangan negara, baik tugas dan perannya dalam pemerintahan (Kantaprawira, 1988: 3 dan 8).

Kedua struktur tersebut saling memberi berpengaruh, baik dalam arti hubungan (*relation*) maupun dalam arti saling mempengaruhi secara timbal-balik (*reciprocal*). Dalam komunikasi politik, para pengendali politik utama,



pemegang fungsi kekuasaan negara, atau elite politik dikualifikasikan sebagai komunikator politik utama (Easton, 1984). Aktivitas komunikator politik utama bertindak sebagai 'pemroses' dan 'keluaran' (*inputing*) keputusan politik atau kebijakan negara. Secara normatif, para komunikator politik utama bekerja secara normatif, mengarah pada upaya tercapainya tujuan negara. Jalinan relasional dan fungsional antara lembaga eksekutif dengan lembaga legislatif (termasuk pengaruh formal dari lembaga yudikatif, dan pengaruh informal dari kelompok-kelompok strategis dari infrastruktur politik/masyarakat) memberi dampak signifikan terhadap produk-produk komunikasi politik yang dihasilkan suprastruktur politik (negara).

Perbedaan konseptual lain antara infrastruktur dan suprastruktur politik adalah pada komponen kekuatan politik formal dan informal yang ada di dalamnya (Budiardjo, 2015: 295-363). Dalam konteks kehidupan negara modern, umumnya lembaga negara resmi yang ada di dalam sebuah negara, secara umum terdiri dari tiga komponen, yaitu:

- Lembaga *Eksekutif*, yaitu pelaksana undang-undang atau pelaksana kebijakan yang ditetapkan oleh negara. Contoh kasus di Indonesia adalah presiden,<sup>1</sup> menteri kabinet (selaku pembantu presiden), gubernur, bupati, walikota, dan pejabat yang ditugaskan sebagai pelaksana fungsi pemerintahan di pusat dan daerah.
- Lembaga *Legislatif*, yakni institusi pembuat undang-undang. Contoh kasus di Indonesia dari rumpun lembaga ini adalah Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR), Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), dan Dewan Perwakilan Daerah (DPD).
- Lembaga *Yudikatif*, yakni lembaga yang bertugas mengadili berbagai bentuk pelanggaran undang-undang. Di Indonesia, contoh lembaga yudikatif adalah Mahkamah Agung (MA), Mahkamah Konstitusi (MK),<sup>2</sup> dan Komisi Yudisial (KY).<sup>3</sup> Namun, Budiardjo (2015: 362-363) menambahkan lembaga-lembaga dengan fungsi yudisial di luar lembaga utama di atas,

---

<sup>1</sup> Tertuang dalam Pasal 4 ayat (1) UUD 1945: "Presiden memegang kekuasaan pemerintahan menurut Undang-Undang Dasar."

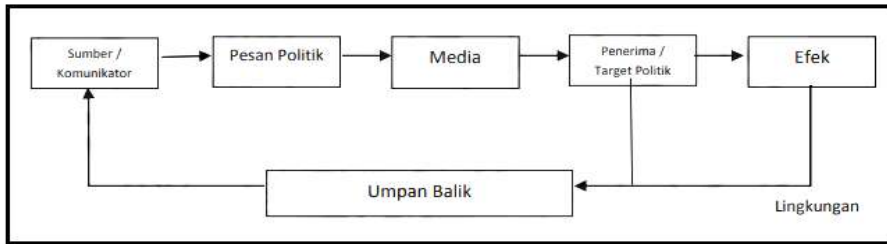
<sup>2</sup> Tertuang dalam Pasal 24 ayat (2) UUD 1945: "Kekuasaan kehakiman dilakukan oleh sebuah Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya dalam lingkungan peradilan umum, lingkungan peradilan agama, lingkungan peradilan militer, lingkungan peradilan tata usaha negara, dan oleh sebuah Mahkamah Konstitusi."

<sup>3</sup> Dasar hukum pembentukan KY adalah Undang-Undang No. 22 Tahun 2004 Tentang Komisi Yudisial.

yakni Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK),<sup>4</sup> Komisi Hukum Nasional (KHN),<sup>5</sup> Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM),<sup>6</sup> Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan (Komnas Perempuan),<sup>7</sup> Ombudsman Nasional,<sup>8</sup> dan beberapa lembaga sejenis.

- Disamping ketiga struktur politik utama, terdapat juga kekuasaan *Eksaminatif* (atau *Inspektif*), yakni lembaga kekuasaan yang bertugas sebagai pemeriksa keuangan negara dan pelaksana kekuasaan moneter. Di Indonesia, contoh lembaga yang melaksanakan fungsi eksaminatif/inspektif adalah Badan Pemeriksa Keuangan (BPK)<sup>9</sup> yang bertugas memeriksa pengelolaan dan tanggung jawab keuangan negara dan Bank Indonesia (BI)<sup>10</sup> yang menjalankan fungsi kekuasaan moneter.

**GAMBAR 18. Kerangka Sistem Politik Easton**



Sumber: [www.politicalsciencenotes.com](http://www.politicalsciencenotes.com).

<sup>4</sup> Dasar hukum pembentukan KPK adalah Undang-Undang No. 30 Tahun 2002, yang kemudian diubah dengan Undang-Undang No. 19 Tahun 2019.

<sup>5</sup> Dasar hukum pembentukan KHN adalah Keputusan Presiden No. 15 Tahun 2000 Tentang Komisi Hukum Nasional.

<sup>6</sup> Dasar hukum pembentukan Komnas HAM adalah Undang-Undang No. 39 Tahun 1999 Tentang Komisi Nasional Hak Asasi Manusia.

<sup>7</sup> Dasar hukum pembentukan Komnas Perempuan adalah Keputusan Presiden No. 181 Tahun 1998, yang diperkuat dengan Peraturan Presiden No. 65 Tahun 2005 Tentang Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan.

<sup>8</sup> Dasar Hukum pembentukan Ombudsman Nasional Undang-Undang No. 37 Tahun 2008 Tentang Ombudsman Republik Indonesia.

<sup>9</sup> Tertuang dalam Pasal 23 E ayat (1) UUD 1945: "Untuk memeriksa pengelolaan dan tanggung jawab tentang keuangan negara diadakan satu Badan Pemeriksa Keuangan yang bebas dan mandiri."

<sup>10</sup> Tertuang dalam Pasal 23 D UUD 1945: "Negara memiliki suatu bank sentral yang susunan, kedudukan, kewenangan, tanggung jawab, dan independensinya diatur dalam undang-undang."

Menurut Mas'ood dan MacAndrews (2008), setidaknya terdapat tempat ciri sistem politik yang dapat membedakan sistem politik dengan sistem yang lain. Pertama, ciri 'identifikasi'. Kita harus dapat mengidentifikasi sistem politik untuk dapat membedakannya dengan yang lainnya. Dalam identifikasi ini, setidaknya ada dua hal yang harus diperhatikan, yaitu unit-unit dalam sistem politik dan pembatasan. Dalam politik, unit-unitnya berupa tindakan politik (*political action*). Adapun mengenai pembatasan, ini perlu diperhatikan ketika kita membicarakan sistem politik dengan lingkungan atau sub sistem lainnya, sebagaimana telah dijelaskan di atas.

Kedua, ciri *input* dan *output*. Untuk dapat menjamin bekerjanya sistem politik diperlukan *input* yang rutin, tetap, dan ajeg. Tanpa adanya *input*, sistem politik tidak akan bekerja secara efektif. Lebih dari itu, tanpa *output* kita tidak akan dapat mengidentifikasi pekerjaan yang telah dihasilkan oleh sistem politik.

Ketiga, ciri 'diferensiasi'. Sebagaimana dalam tubuh manusia, kita tidak akan menemukan suatu unit mengerjakan hal yang sama dalam waktu yang sama pula. Anggota dalam sistem politik, paling tidak mengenal pembagian kerja minimal yang memberikan suatu struktur tempat berlangsungnya kegiatan tersebut. Dalam politik, kita akan menemukan beragam tindakan politik dengan peran dan fungsi masing-masing, misalnya legislatif, eksekutif, yudikatif (suprastruktur politik) hingga ke infrastruktur politik, seperti partai politik, media, massa, kelompok kepentingan (*interest group*), kelompok penekan (*pressure group*), dan kelompok-kelompok strategis lainnya.

Keempat, ciri 'integrasi'. Integrasi dalam sistem politik sebagai salah satu usaha untuk mengatur kekuatan-kekuatan dan kegiatan-kegiatan dalam sistem politik. Integrasi dalam sistem politik ini dimungkinkan oleh adanya kesadaran dari anggota sistem politik untuk menjaga keberadaan dari sistem politik sehingga muncul suatu mekanisme yang bisa mengintegrasikan bahkan memaksa para anggotanya untuk bekerja sama walaupun dalam kadar yang minimal sehingga mereka dapat membuat keputusan yang bersifat otoritatif (*authoritative policy*).

Mengutip catatan "Meaning and Characteristics of a Political System" (dalam [politicalsciencenotes.com](http://politicalsciencenotes.com)), sistem politik juga memiliki 4 (empat) ciri, yakni: (1) ciri penggunaan ancaman kekuatan hukum (*use or threat of use of legal force*), (2) ciri interaksi (*interaction*), (3) ciri ketergantungan antar bagian (*interdependence of parts*), (4) ciri kelengkapan (*comprehensiveness*), dan (5) ciri perubahan batas (*change of boundary*).

Ciri pertama dari sistem politik adalah adanya 'otoritas hukum yang memungkinkan penggunaan kekerasan.' Jika David Easton berbicara tentang 'alokasi nilai otoritatif', Robert Dahl tentang 'kekuasaan', 'aturan', dan otoritas' maka bisa disimpulkan bahwa semua definisi tersebut menyiratkan ada otoritas hukum yang bisa menggunakan kekerasan untuk memaksa siapa pun dalam mematuhi perintah negara (suprastruktur). Otoritas hukum memiliki sanksi dan kekuatan memaksa yang sah untuk menghukum siapa pun. Konsekuensinya, kita harus bersetuju dengan Max Weber bahwa 'penggunaan kekuatan yang sah' adalah ciri khas dari sistem politik, yang memberikan kualitas dan kepentingan khusus, dan kesatuannya sebagai suatu sistem. Ketika negara atau pemerintah memberikan fasilitas tertentu, maka pada saat yang sama negara memiliki kekuasaan untuk mengenakan pajak kepada rakyat dan menghukum mereka yang melanggar perintah tersebut.

Almond menyatakan bahwa sistem politik adalah suatu sistem interaksi yang ditemukan dalam semua masyarakat independen yang menjalankan fungsi integrasi dan adaptasi (baik secara internal maupun eksternal). Dengan demikian sistem politik tidak hanya mencakup lembaga pemerintah, seperti badan legislatif, eksekutif, pengadilan, dan lembaga administratif, akan tetapi mencakup semua struktur dalam seluruh aspek politiknya. Diantaranya termasuk organisasi formal seperti partai, kelompok kepentingan, dan media komunikasi; struktur tradisional seperti ikatan kekerabatan, fenomena anomik pengelompokan kasta, seperti pergaulan, kerusuhan, dan demonstrasi. Akibatnya, sistem politik mencakup interaksi antara semua lembaga formal dan informal. Proses interaksi dalam sistem politik dibagi ke dalam tiga fase, yakni: fase *input* (masukan), fase konversi (*conversion*), dan fase *output* (keluaran).

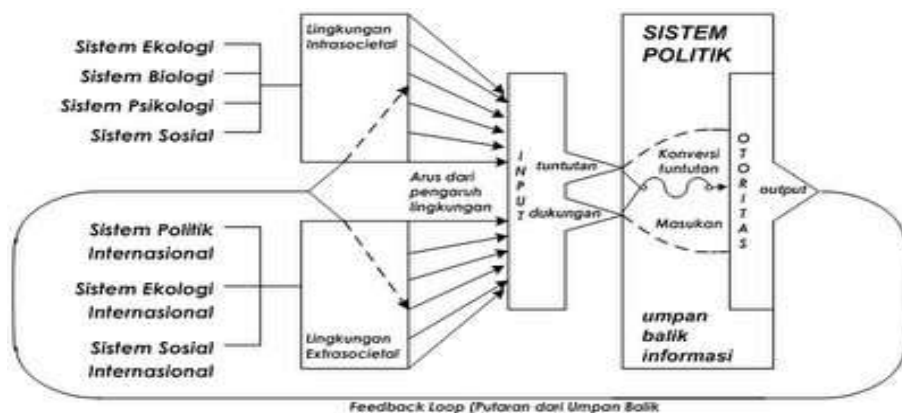
Ciri 'kesaling-ketergantungan' menunjukkan bahwa ketika bagian dari satu komponen dalam sistem berubah, semua komponen lain dalam sistem secara keseluruhan akan terpengaruh (ikut berubah). Dalam sistem politik, partai politik yang memiliki basis yang lebih luas dan media massa (televisi, radio, surat kabar, terutama media sosial) potensial mengubah kinerja semua struktur sistem lainnya dan memengaruhi kerja umum sistem tersebut. Tidak hanya itu, munculnya serikat pekerja, kelompok kepentingan, kelompok penekan, dan berbagai kelompok strategis lainnya akan memengaruhi kinerja partai politik, proses pemilu, badan legislatif, birokrasi, dan sistem peradilan. Misalnya, jika pemerintah tidak mampu menahan kenaikan harga (inflasi), maka dunia usaha

akan meminta subsidi (pajak), para buruh akan menuntut kenaikan upah, dan masyarakat akan berdemonstrasi untuk menuntut stabilitas harga (terutama harga pangan dan barang pokok lainnya).

Ciri berikutnya adalah bahwa setiap sistem politik 'bersifat komprehensif' karena mencakup semua interaksi yang berlangsung pada lembaga formal (suprastuktur politik) maupun informal yang dalam masyarakat (infrastruktur politik). Misalnya terkait dengan interaksi kedaerahan atau kesukuan, seperti kerjasama antarorganisasi kerukunan masyarakat Papua dengan organisasi kerukunan masyarakat Bugis; antisipasi potensi pergolakan agama, seperti penerbitan Surat Keputusan Besama/SKB tiga menteri untuk mengantisipasi gejolak yang terjadi diantara pemeluk agama terkait ibadah dan pendirian rumah ibadah), antisipasi potensi inflasi atau stagnasi ekonomi (dengan mengendalikan ketertiban politik di antara lembaga-lembaga formal atau potensi pertentangan/konflik masyarakat) untuk menjaga investasi dan pertumbuhan ekonomi), partai-politik (seperti melaksanakan fungsinya secara efektif dalam konteks komunikasi politik, artikulasi dan agregasi kepentingan, pendidikan politik, dan fungsi-fungsi sosial-ekonomi lainnya), taktik dan strategi kelompok penekan (pengendalian kebebasan/ekspresi politik warga negara secara proporsional dan antisipasi pengaruh bantuan dana internasional pada kelompok kepentingan atau kelompok strategis yang dapat digunakan untuk merongrong kekuasaan politik pemerintah), dan perubahan sosial akibat modernisasi ekonomi dan politik yang berlangsung secara cepat.

Ciri terakhir dari konsep sistem politik adalah 'perubahan batas'. Sistem politik terdiri dari (berbagai jenis) interaksi politik: mulai dari peran warga negara (selaku subjek pemilih), pembuat undang-undang, birokrat pemerintahan, dan berbagai kelompok masyarakat. Individu yang sama yang berperan dalam sistem sosial dan ekonomi juga memainkan peran penting mereka dalam sistem politik. Ketika individu membentuk kelompok kepentingan, memilih atau membayar pajak, mereka mengubah peran mereka dari non politik menjadi politik. Misalnya, pada hari pemilu, petani meninggalkan ladang dan tanaman, sementara profesional meninggalkan kantornya untuk pergi ke TPS. Mereka melintasi batas dari ekonomi ke politik. Demikian pula pada masa perang terjadi fluktuasi besar dalam batas-batas sistem politik. Oleh karena itu batas-batas sistem politik sering berubah.

**GAMBAR 19. Model Lingkungan Sistem Politik Easton**



Sumber: Seta Basi (2009).

#### **D. PENGERTIAN KOMUNIKASI POLITIK**

Secara umum komunikasi politik merupakan sub bidang kajian komunikasi dan ilmu politik yang membahas bagaimana informasi disebar dan kemudian mempengaruhi dinamika politik. Pada setiap tahapan proses politik, komunikasi politik menempati posisi yang strategis. Bahkan, komunikasi politik bisa dikatakan sebagai 'urat nadi' dari proses politik. Aneka struktur politik, seperti lembaga kepresidenan, parlemen, institusi yudikatif, lembaga moneter dan fiskal, partai politik, kelompok kepentingan, kelompok penekan, dan masyarakat pada umumnya hanya biasa memperoleh informasi politik melalui komunikasi politik ini.

Sebagai sebuah bidang kajian yang terus tumbuh dan berkembang, tak ayal jika pengertian, definisi maupun konsep (termasuk perspektif, teori-teori, prinsip-prinsip, metode penelitian, dan topik-topik kajian) terus tumbuh dan berkembang, bahkan melampaui pengertian awal komunikasi politik itu sendiri. Ibarat sebuah pohon, komunikasi politik awalnya adalah cabang hasil 'stek' (cangkokan) dari batang pohon kajian ilmu politik dan komunikasi. Namun komunikasi politik kini telah berposisi sebagai batang mandiri yang telah menghasilkan berbagai cabang, seperti: cabang kajian pemasaran politik, media dan politik, manajemen kampanye politik, persuasi dan opini publik, retorika

dan propaganda politik, perilaku khalayak pemilih, manajemen PR politik, studi pencitraan politik, dan berbagai cabang kajian lainnya.

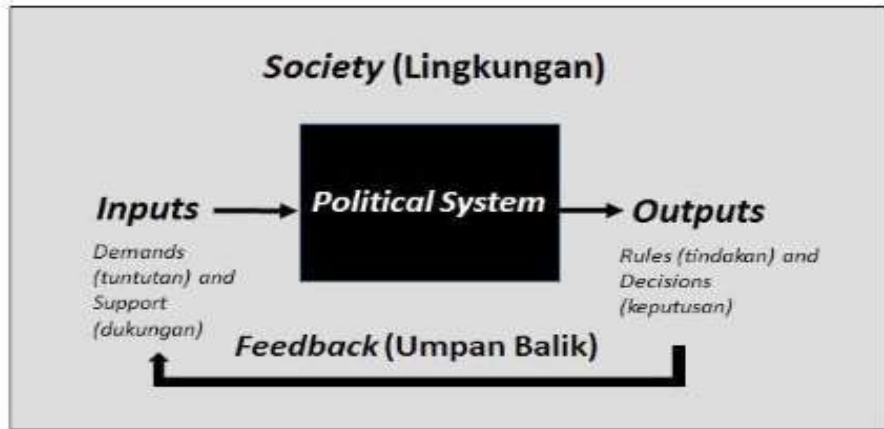
Dalam analisis atas keragaman fenomena komunikasi politik tersebut, setidaknya terdapat dua level analisis utama dalam komunikasi politik, yaitu level analisis makro dan level analisis mikro. Pada level analisis makro, bahasan komunikasi politik difokuskan pada produk atau hasil dari sebuah proses komunikasi politik, yaitu opini publik (*public opinion*). Sedangkan pada level mikro, bahasan komunikasi politik diletakkan pada jenjang individu, yang dapat dilihat dari tiga dimensi: proses, isi (*content*), dan modalitas. Dalam konteks politik, proses komunikasi dapat juga dilihat dari sebagai suatu tindakan politik (untuk meraih *power* sebagai *resources*, sekaligus sebagai kompetisi simbolik), yaitu menggunakan pesan (*content*) yang dikemas dengan dua cara: verbal maupun non verbal (modalitas) (Triputra, 2012: xiii).

Sebelum kita memaparkan pengertian komunikasi politik, ada baiknya kita memulai dengan penjelasan Gabriel Almond tentang apa itu komunikasi politik? Almond (dalam Alfian, 1991: 1; Sobur, 2000: 117-118) mengategorikan komunikasi politik sebagai:

“... satu dari empat fungsi *input* sistem politik. Kemudian mereka yang memakai pendekatan komunikasi politik terhadap sistem politik telah menjadikan komunikasi politik sebagai penyebab bekerjanya semua fungsi dalam sistem politik. Komunikasi politik diibaratkan sebagai sirkulasi darah dalam tubuh. Bukan darahnya, tapi apa yang terkandung di dalam darah itu yang menjadikan sistem politik itu hidup. Komunikasi politik, sebagai layaknya darah, mengalirkan pesan-pesan politik berupa tuntutan, protes, dan dukungan (aspirasi dan kepentingan) ke jantung (pusat) pemrosesan sistem politik; dan hasil pemrosesan itu, yang tersimpul dalam fungsi-fungsi *output*, dialirkan kembali oleh komunikasi politik yang selanjutnya menjadi *feedback* sistem politik. Begitulah, komunikasi politik menjadikan sistem politik itu hidup dan dinamis.”

Untuk mempermudah penjelasan Almond di atas, perlu kiranya diketengahkan skema proses komunikasi politik. Skema tersebut berguna untuk melihat proses kerja komunikasi politik dalam kaitannya dengan sistem politik.

**GAMBAR 20 Skema Kerja Sistem Politik**



Sumber: Sumber: Shahreza (2018) hlm. 11.

- **Komunikator:** partisipan (individu atau kelompok) yang menyampaikan informasi politik.
- **Pesan Politik:** informasi politik, fakta politik, opini politik atau keyakinan politik politik.
- **Media:** wadah (medium) yang digunakan untuk menyampaikan pesan (misalnya melalui surat kabar, televisi, siaran radio/*broadcasting*, internet, orasi, debat publik, konperensi pers, demonstrasi, jajak pendapat/*polling*, dan sebagainya).
- **Komunikasi:** partisipan yang diberikan informasi politik oleh komunikator.
- **Feedback:** tanggapan (umpan balik) dari komunikasi atas informasi politik yang diberikan oleh komunikator politik.

Mengacu pada skema di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik adalah seluruh proses transmisi, pertukaran, dan pencarian informasi (termasuk fakta, opini, keyakinan, dan lainnya) yang dilakukan para partisipan, baik yang berada dalam suprastruktur politik maupun infrastruktur politik dalam rangkaian aktivitas politik yang terlembaga. Aktivitas dalam proses komunikasi politik seperti terlihat dalam skema di atas bisa berlangsung secara mekanistik, psikologis, interaksional, dan pragmatis (Arifin, 2011: 80-102).



Untuk memahami keempat perspektif komunikasi (mekanistik, psikologis, interaksional, dan pragmatis) kita terlebih dahulu perlu menelusuri pengertian atau konsep komunikasi politik yang diidentifikasi oleh para ahli yang cakupannya cukup luas karena meliputi berbagai aspek yang bersumber dari keempat perspektif komunikasi tersebut. Di bawah ini akan dikemukakan sejumlah pengertian atau konsep komunikasi politik, selanjutnya akan dipaparkan kaitannya dengan keenam perspektif komunikasi.

**TABEL 10. Definisi Perspektif Komunikasi**

Ilmuwan	Definisi
Harold D. Laswell (1936)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Komunikasi politik berlaku dalam setiap proses komunikasi, dan berlaku inheren dalam komunikasi politik: siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa dan dengan akibat apa (<i>Politics: Who Gets What, When, How</i>, 1936).</li> <li>- Komunikasi politik selalu berorientasi pada: (1) nilai dan tujuan; nilai-nilai dan tujuan itu sendiri dibentuk di dalam dan oleh proses perilaku sebagai satu bagian; (2) bertujuan menjangkau masa depan, bersifat antisipatif, berhubungan dengan masa lampau, dan senantiasa memperhatikan kejadian masa lalu (dalam S.P Varma, <i>Teori Politik Modern</i>, 2007).</li> </ul>
Gabriel A. Almond (1960)	Komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik. Komunikasi politik terdiri dari berbagai unsur, antara lain: (1) komunikator politik; (2) pesan politik ; (3) saluran atau media politik; (4) sasaran atau target politik; dan (5) pengaruh atau efek komunikasi politik ( <i>The Politics of the Developing Areas</i> , 1960).
Lucian W. Pye (1963)	Komunikasi politik adalah bentuk proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan sebaliknya, dimana partai politik berfungsi sebagai komunikator politik yang tidak hanya menyampaikan segala keputusan dan penjelasan pemerintah kepada masyarakat sebagaimana diperankan partai politik di negara totaliter tetapi juga menyampaikan aspirasi dan kepentingan berbagai kelompok masyarakat kepada pemerintah. Fungsi-fungsi ini dijalankan partai-partai politik dalam sistem politik demokrasi ( <i>Communication and Political Development</i> , 1963).

Ilmuwan	Definisi
Richard R. Fagen (1966)	Komunikasi politik adalah segala (bentuk) komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya. Cakupannya meliputi studi mengenai jaringan komunikasi (organisasi kelompok, media massa, dan saluran-saluran khusus) dan determinan sosial ekonomi dari pola-pola komunikasi yang ada pada sistem politik ( <i>Politics and Communication</i> , 1966).
Lord Windlesham (1966)	komunikasi politik adalah penyampaian pesan politik secara sengaja dari pengirim pesan kepada penerima pesan yang bertujuan untuk merubah perilaku tertentu pada penerima pesan. Dalam arti luas, komunikasi dipandang dalam arti yang lebih luas meliputi seluruh pertukaran pesan diantara individu-individu warga masyarakat mulai dari kelompok yang terkecil (keluarga) sampai pada kelompok yang lebih luas yang disebut masyarakat negara ( <i>Communication and Political Power</i> , 1966).
Michael Rush dan Phillip Althoff (1972)	Komunikasi politik adalah proses di mana informasi politik yang relevan diteruskan dari suatu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan diantara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik .... Prosesnya berkesinambungan serta melibatkan pertukaran informasi di antara individu-individu dengan kelompok-kelompoknya pada semua tingkatan masyarakat ( <i>An Introduction to Political Sociology</i> , 1972).
David Bell (1975)	Komunikasi politik tidak lain dari pembicaraan politik tentang kepentingan politik, yakni pembicaraan kekuasaan, pembicaraan pengaruh, dan pembicaraan otoritas ( <i>Power, Influence and Authority</i> , 1975).
Doris Graber (1976)	Komunikasi politik tidak saja menyangkut sebuah retorika, namun juga mencakup simbol-simbol, bahasa tubuh serta tindakan politik yang mengutarakan makna pemboikotan, protes, dan unjuk rasa ( <i>Verbal Behavior and Politics</i> , 1976).
Sidney Kraus dan Dennis Davis (1976)	Komunikasi politik adalah komunikasi massa dan proses pemilu, komunikasi dan informasi politik, penggunaan media dan proses politik, serta konstruksi realitas politik di tengah masyarakat ( <i>The Effects of Mass Communication on Political Behavior</i> , 1976).

Ilmuwan	Definisi
Michael Gurevitch dan Jay G. Blumler (1977)	Komunikasi politik terdiri dari komponen-komponen utama dari suatu sistem komunikasi politik yang dapat ditemukan pada: lembaga-lembaga politik dalam aspek-aspek komunikasinya; institusi-institusi media dalam aspek-aspek politiknya; orientasi khalayak terhadap komunikasi politik; dan aspek-aspek budaya politik yang relevan dengan komunikasi ( <i>Linkages Between the Mass Media and Politics: A Model for the Analysis of Political Communication Systems</i> , 1977).
Gabriel A. Almond dan Bingham Powell (1978)	Komunikasi politik merupakan suatu fungsi sistem yang mendasar dengan konsekuensi yang banyak untukeliharaan atau pun perubahan dalam kebudayaan politik dan struktur politik. Semua perubahan penting dalam sistem politik akan menyangkut perubahan dalam pola-pola komunikasi, baik sebagai penyebab maupun sebagai akibat. Semua proses sosialisasi merupakan proses komunikasi, meski komunikasi tidak harus selalu menghasilkan perubahan sikap. Sama halnya, koordinasi dan pengendalian individu dalam peran-peran organisasional yang berbeda memerlukan pengkomunikasian informasi. Jadi, menegakkan suatu pola sosialisasi baru dan membangun organisasi-organisasi baru membutuhkan perubahan dalam penampilan komunikasi ( <i>Comparative Politics: System, Process, and Policy</i> , 1978).
Dan Nimmo (1980)	Komunikasi politik adalah aktivitas yang mempertimbangkan politik berdasarkan konsekuensi aktual dan potensial yang mengatur perilaku manusia dalam kondisi-kondisi konflik ( <i>Political Communication and Public Opinion in America</i> , 1980).
Itzhak Galnoor (1980)	Komunikasi politik merupakan infrastruktur politik, yakni suatu kombinasi dari berbagai interaksi sosial dimana informasi yang berkaitan dengan usaha bersama dan hubungan kekuasaan masuk ke dalam peredaran ( <i>Political Communication and the Study of Politics</i> , 1982).
Robert G. Meadow (1980)	Komunikasi politik mengacu pada setiap pertukaran simbol atau pesan yang sebagian besar telah dibentuk oleh atau memiliki konsekuensi bagi sistem politik ( <i>Politics as Communication</i> , 1980).
Samuel Robert Lichter (1982)	Komunikasi politik ada produksi, transmisi, dan efek informasi mengenai politik, pendapat politik dan kebijakan publik ( <i>The Media Elite</i> , 1982).

Ilmuwan	Definisi
Robert Denton dan Gary Woodward (1985)	Komunikasi politik adalah diskusi murni mengenai alokasi sumber daya publik (pendapatan, pajak atau penghasilan), otoritas pemerintah (pihak yang diberikan kekuasaan untuk merancang, membuat dan menjalankan hukum dan keputusan), serta diskusi mengenai sanksi-sanksi pemerintah (penghargaan atau hukuman dari negara) ( <i>Political Communication in America</i> , 1985).
Miriam Budiardjo (1982)	Komunikasi politik merupakan salah satu fungsi partai politik untuk menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat serta mengaturnya sedemikian rupa—penggabungan kepentingan ( <i>interest agregation</i> ) dan perumusan kepentingan ( <i>interest articulation</i> )—untuk diperjuangkan menjadi kebijakan politik ( <i>Dasar-dasar Ilmu Politik</i> , 1982).
Astrid S. Susanto (1985)	Komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik ( <i>Komunikasi Sosial di Indonesia</i> , 1985).
Jack C. Plano, dkk. (1985)	Komunikasi politik adalah penyebaran aksi, makna, atau pesan yang bersangkutan dengan fungsi suatu sistem politik, melibatkan unsur-unsur komunikasi seperti komunikator, pesan, dan lainnya ( <i>Kamus Analisa Politik</i> , 1985).
Rusadi Kartaprawira (1988)	Komunikasi politik adalah tindakan untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intra golongan, institusi, sosial atau pun sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor kehidupan politik pemerintah ( <i>Sistem Politik Indonesia: Suatu Model Pengantar</i> , 1988).

Ilmuwan	Definisi
Zulkarimein Nasution (1990)	Komunikasi politik adalah suatu proses penyampaian pesan-pesan politik yang berasal dari komunikator politik ( <i>source, encoder, sender, actor</i> ) sebagai pihak yang memulai dan mengarahkan suatu tindakan komunikasi. Lalu pesan-pesan tersebut ditujukan kepada khalayak ( <i>receiver, komunikan</i> ), dengan menggunakan media ( <i>channel, saluran</i> ) tertentu untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan. Dalam sistem politik semua komponen-komponen tersebut merupakan proses/ kegiatan komunikasi politik sebagai <i>input</i> yang menentukan <i>output</i> sistem politik ( <i>Komunikasi Politik Suatu Pengantar, 1990</i> ).
Ramlan Surbakti (1992)	Komunikasi politik ialah proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah ( <i>Memahami Ilmu Politik, 1992</i> ).
Maswadi Rauf (1993)	Komunikasi politik adalah penyampaian pesan-pesan politik dari komunikator kepada komunikan dalam arti yang luas .... Bahwa proses komunikasi yang luas dapat berlangsung di setiap lapisan masyarakat melalui saluran apa saja, baik saluran tatap muka langsung maupun saluran media massa, karena kedua saluran itu sama pentingnya ( <i>Komunikasi Politik: Masalah Sebuah Bidang Kajian dalam Ilmu Politik—dalam Maswadi Rauf dan Mappa Nasrun, ed. Indonesia dan Komunikasi Politik, 1993</i> ).
Sumarno AP (1993)	Komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warga melalui suatu aksi yang ditentukan bersama ( <i>Dimensi- Dimensi Komunikasi Politik, 1993</i> ).
Bob Franklin (1994)	Komunikasi politik terfokus pada analisis konten politik pada media, para aktor dan agen yang terlibat dalam memproduksi konten politik, dampak konten politik media pada <i>audiens</i> dan/atau pada kebijakan pembangunan, dampak sistem politik pada sistem media, dampak sistem media pada sistem politik ( <i>Packaging Politics: Political Communications in Britain's Media Democracy, 1994</i> ).

Ilmuwan	Definisi
Michael Schudson (1997)	Aktivitas komunikasi politik dapat dilihat dari dua aspek: (1) bagaimana institusi-institusi negara yang bersifat formal atau suprastruktur politik menyampaikan pesan-pesan politik kepada publik; (2) bagaimana infrastruktur politik merespon dan mengartikulasikan pesan-pesan politik terhadap suprastruktur politik ( <i>Sending a Political Message: Lessons from the American 1790s</i> , 1997).
Richard M. Perloff (1998)	Komunikasi politik sebagai proses dengan mana pemimpin, media, dan warganegara suatu bangsa bertukar dan menyerap makna pesan yang berhubungan dengan kebijakan publik. ( <i>Political Communication: Politics, Press, and Public in America</i> , 1998).
Alex Sobur (2000)	Komunikasi politik (yang berkaitan dengan pembangunan dewasa ini) tidak hanya persoalan mencari dukungan publik, namun lebih menyangkut pada upaya menghilangkan hambatan di dalam proses komunikasi politik, yaitu ekspresi pendapat, sikap, atau perilaku, baik perorangan maupun kelompok, yang bertujuan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan mengenai masalah yang berhubungan dengan pemerintahan dan pembangunan ( <i>Paradigma Komunikasi Politik dalam Mewujudkan Masyarakat Madani</i> , 2000).
Pippa Norris (2000)	Komunikasi politik merupakan sebuah proses interaktif mengenai transmisi informasi di antara para politisi, media dan publik. Proses tersebut bersifat downward dari institusi pemerintah kepada masyarakat, bersifat horizontal di antara para aktor politik, dan bersifat upward melalui opini publik kepada penguasa. Tiga bagian penting dalam komunikasi politik adalah produksi pesan, isi pesan dan efek pesan ( <i>A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies</i> , 2000).
Biran McNair (2003)	Komunikasi politik bukan hanya sebagai komunikasi dari aktor-aktor politik kepada pemilih dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi juga komunikasi yang ditujukan kepada para politisi oleh pemilih dan kolumnis surat kabar, serta komunikasi tentang aktor-aktor politik dan aktivitas mereka, sebagaimana terdapat pada berita, editorial, dan bentuk diskusi politik media lainnya ( <i>An Introduction to Political Communication</i> , 2003).

Ilmuwan	Definisi
Hafied Cangara (2009)	Komunikasi politik adalah satu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik ( <i>Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi</i> , 2009).
Lynn Sanders (2011)	Komunikasi Politik adalah pertukaran gagasan dan pesan, verbal atau visual, secara langsung atau bermedia, dalam suatu ruang publik yang dapat diidentifikasi yang tujuannya atau konsekuensinya adalah untuk mengubah struktur atau produk pemerintahan atau menghindari perubahan tersebut (dalam Triputra, <i>Memetakan Kembali Perkembangan Studi Komunikasi Politik dan Marketing Politik</i> , 2012).
Brian G. Southwell (2011)	Komunikasi politik adalah presentasi dan interpretasi informasi, pesan-pesan politik yang ditujukan untuk mendorong terciptanya partisipasi politik (dalam Triputra, <i>Memetakan Kembali Perkembangan Studi Komunikasi Politik dan Marketing Politik</i> , 2012).
Jannifer Strome-Galley (2011)	Komunikasi politik sebagai suatu kreasi, deseminasi, dan pemrosesan informasi untuk memperoleh dan mempertahankan kekuasaan (dalam Triputra, <i>Memetakan Kembali Perkembangan Studi Komunikasi Politik dan Marketing Politik</i> , 2012).
Pamela Shoemaker (2011)	Komunikasi politik adalah komunikasi mengenai politik, dan politik adalah bicara tentang hubungan kekuasaan yang hadir setiap saat antara dua orang atau lebih dalam ruang yang sama, baik virtual maupun geografik (dalam Triputra, <i>Memetakan Kembali Perkembangan Studi Komunikasi Politik dan Marketing Politik</i> , 2012).
Dietram Schuefele (2011)	Semua jenis komunikasi adalah komunikasi politik. Pembicaraan kita dalam keluarga mengenai tetangga, pemilihan RT dan sebagainya adalah komunikasi politik (dalam Triputra, <i>Memetakan Kembali Perkembangan Studi Komunikasi Politik dan Marketing Politik</i> , 2012).
Anwar Arifin (2011)	Komunikasi politik adalah pembicaraan tentang konsensus dan pembicaraan tentang kerjasama yang (kemudian) dikaji dalam kerangka mekanistik, yaitu siapa yang berbicara kepada siapa, melalui saluran apa, dan bagaimana efeknya ( <i>Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia</i> , 2011).

Ilmuwan	Definisi
Pinckey Triputra (2012)	Komunikasi politik menyangkut produksi dan pertukaran informasi yang dapat memengaruhi dinamika politik dalam masyarakat (dalam Nyarwi Ahmad, <i>Elemen-elemen Kajian Komunikasi Politik dan Marketing Politik</i> , 2012).
Mirza Shahreza (2018)	Sistem komunikasi politik dapat dilihat dalam dua perspektif, yaitu perangkat institusi politik dan organisasi media yang terlibat dalam persiapan pesan bagi interaksi yang lebih horizontal satu sama lain, sedangkan dalam arah yang vertikal institusi-institusi tadi baik secara terpisah maupun bersama-sama melakukan diseminasi dan pengolahan informasi dan gagasan dari dan untuk masyarakat ( <i>Proses dan Elemen-Elemen Komunikasi Politik</i> , 2018).

Dari rangkaian pengertian atau konsep komunikasi politik sebagaimana dikemukakan para ahli di atas, relasi sistem politik dengan komunikasi politik setidaknya dapat dilihat dalam dua arah. Pertama, arah perangkat institusi politik negara dan organisasi media yang terlibat dalam persiapan pesan bagi interaksi atau relasi yang bersifat lebih horizontal (sejajar) satu sama lain. Kedua, dari arah yang bersifat lebih vertikal (*top-down*) dimana institusi-institusi politik negara—baik secara terpisah maupun bersama-sama—melakukan pengolahan dan diseminasi informasi atas berbagai ide/gagasan politik dari dan untuk masyarakat.

Selanjutnya, dari beragam pengertian atau konsep komunikasi politik seperti telah ditabulasi di atas, kita dapat menelisik sudut pandang yang relatif berbeda terkait definisi atau konsep komunikasi yang digunakan para ahli (Fisher, 1986: 139).

Pertama, definisi para ahli yang lebih melihat komunikasi sebagai *proses* atau *mekanisme*, dimana komunikasi dimaknai sebagai proses yang berjalan dari dan ke satu tempat, melintasi ruang dan waktu dari satu titik ke titik lainnya. Komponen dalam perspektif mekanistik terdiri dari sumber/penerima, saluran, pesan/umpan balik, dan efek. *Locus*-nya terletak pada saluran (medium). Perspektif ini tergambar dalam definisi Laswell, Almond, Pye, Fagen, Windlesham, Rush dan Althoff, Gurevitch dan Blumler, Kraus dan Devis, dan beberapa ahli lainnya.



Kedua, definisi yang lebih melihat komunikasi sebagai aktivitas *psikologis*, dan memaknai komunikasi sebagai hasil konseptualisasi dari penerimaan dan pengolahan informasi. *Locus* utama komunikasi terletak pada diri individu (yang lahir dari hasil internalisasi pola pikir dan pengalaman dirinya)—bukan pada saluran (*channel*) sebagai *locus* utamanya, seperti dipahami oleh para ahli yang menggunakan sudut pandang *proses* (mekanistik). Perspektif ini tergambar dalam definisi Schuefele, McNair, Perloff, dan beberapa ahli lainnya.

Ketiga, definisi yang lebih melihat komunikasi dari sudut pandang interaksi. Sudut pandang ini melihat komunikasi sebagai aktivitas interaksi yang berlangsung pada masing-masing individu. *Locus* utama perspektif *interaksional* terletak pada konsep interaksi dan dialog. Perspektif interaksional lebih melihat komunikasi sebagai hasil dialog dari nilai-nilai individu, seperti buah pikiran, nilai-nilai budaya, dan kesaling-terhubungan. Perspektif tergambar dalam definisi Schudson, McNair, Meadow, Southwell, Shoemaker, dan beberapa ahli lainnya.

Keempat, definisi yang lebih melihat komunikasi dari sudut pandang *pragmatis*, yang memahami komunikasi sebagai sistem perilaku dalam bentuk pertukaran pesan yang komunikatif. *Locus* analisis diletakkan pada tindakan atau perilaku komunikator dalam suatu sistem (sosial) komunikasi. Tindakan tersebut dapat berupa ucapan, perilaku, dan aksi-aksi komunikasi. Perspektif ini diwakili oleh Graber, Franklin, Plano dkk., serta Denton dan Woodward.

## E. UNSUR POLITIK DALAM KOMUNIKASI

Komunikasi politik sebagai suatu proses yang berkesinambungan dan melibatkan pertukaran informasi di antara individu-individu dengan kelompok-kelompoknya pada semua tingkatan masyarakat tentu memiliki ruang lingkup kajian (*focus of study*)-nya sendiri. Komunikasi Politik adalah jenis kajian komunikasi yang menggunakan perspektif politik, seperti aktor-aktor politik, pesan-pesan politik, saluran/media politik, sasaran/target politik atau pengaruh dan efek komunikasi politik. Seluruh konsep itu digunakan untuk menganalisis fenomena politik yang berkaitan dengan kekuasaan, seperti keputusan politik pemerintah atau kebijakan politik negara. Dengan kata lain, komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai bentuk komunikasi antara 'yang memerintah' (*the ruler*) dan 'yang diperintah' (*the ruled*).

Komunikasi politik baru mendapat perhatian cukup serius sejak terbitnya karya Gabriel Almond: *The Politics of the Development Area* (1960). Menurut Almond (dalam Rauf 1993: 22), komunikasi politik adalah fungsi yang selalu ada

dalam setiap sistem politik:

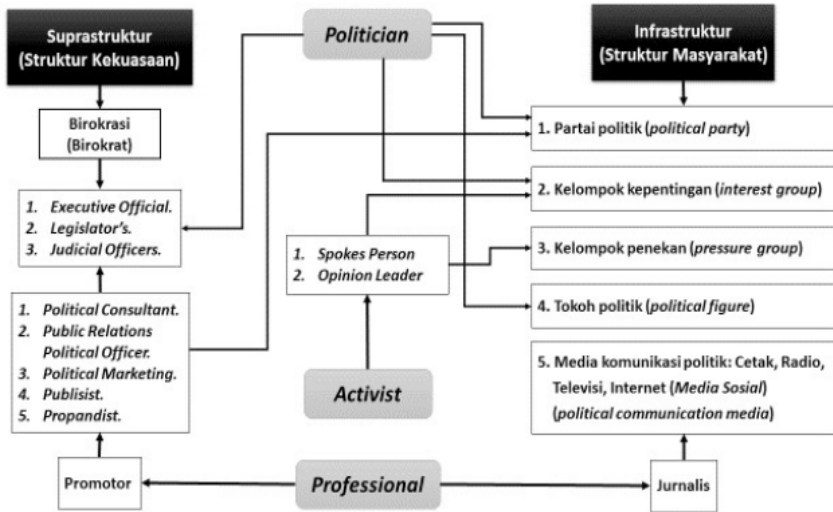
*"All of the functions performed in the political system—political socialization and recruitment, interest articulation, interest aggregation, rule making, rule application, and rule adjudication—are performed by means of communication"* (semua fungsi yang dijalankan dalam sistem politik—sosialisasi dan rekrutmen politik, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, pembuatan aturan, penerapan aturan, dan adjudikasi aturan—dilakukan melalui sarana komunikasi).

Bersandar pada karya Almond tersebut terbuka kemungkinan bagi para ilmuwan politik untuk memperbandingkan berbagai sistem politik dengan latar belakang budaya yang berbeda (Rauf, 1993: 21). Lewat karya Almond ini, kajian budaya politik (yang berbeda pada masing-masing negara) pada akhirnya secara otomatis juga mendapat perhatian dari para ilmuwan politik lainnya. Lucian Pye dan Sidney Verba misalnya, menerbitkan karya terkait budaya politik dan pembangunan politik yang diterbitkan Princeton University pada tahun 1965 dengan judul: *Political Culture and Political Development*.

Dalam karya bersamanya dengan Bingham Powell berjudul *Comparative Politics: A Developmental Approach* (1966), Almond juga kembali menekankan adanya keterkaitan yang sangat penting antara komunikasi politik dengan sistem politik, karena komunikasi politik pada hakekatnya adalah salah satu fungsi penting dalam kehidupan sistem politik di hampir seluruh elemen konsepsi dasarnya. Dengan kata lain, komunikasi politik merupakan prasyarat yang diperlukan bagi berlangsungnya fungsi-fungsi lainnya dalam kehidupan suatu sistem politik, antara lain fungsi artikulasi, agregasi, sosialisasi, dan rekrutmen. Ini berarti bahwa komunikasi politik sangat berkaitan erat dengan sistem politik (Ardial, 2010: 30).

Berikutnya, Michael Gurevitch dan Jay Blumler dalam *Towards a Comparative Framework for Political Communication Research* (1975) juga menjelaskan bahwa dalam arti yang luas, komponen-komponen utama dari suatu sistem politik dapat ditemukan pada: (1) lembaga-lembaga politik dalam aspek-aspek komunikasinya, (2) institusi-institusi media dalam aspek-aspek politiknya, (3) orientasi khalayak terhadap komunikasi politik, dan (4) aspek-aspek budaya politik yang relevan dengan komunikasi (Nasution, 1990: 43).

**GAMBAR 21 Unsur Komunikasi dalam Sistem Politik**



Sumber: Shahreza (2018) hlm. 6.

Sidney Kraus dan Dennis Davis dalam *The Effects of Mass Communication on Political Behavior* (1976) melukiskan komunikasi politik dalam konteks proses komunikasi massa, dimana elemen di dalamnya potensial memberi dampak pada perilaku politik (Ardial, 2010: 29). Dampak perilaku politik tersebut bisa berlangsung dalam konteks individual (aktor politik), kelompok (*interest group* atau *pressure group*), organisasi (partai politik), atau negara (keputusan politik atau kebijakan publik). Pada konteks ini, Kraus dan Davis mengklasifikasi komunikasi politik ke dalam beberapa bagian, yakni komunikasi massa dan sosialisasi politik, komunikasi dan informasi politik, penggunaan media dan proses politik, dan konstruksi realitas politik dalam masyarakat. Dalam semua kajian bidang tersebut, juga tercakup di dalamnya isu hubungan pers/media massa dengan pemerintahan.

Berikutnya, jika kita mengacu pada pandangan Nimmo dan Sanders dalam *Handbook of Political Communication* (1981) memperlihatkan bahwa 'persuasi' sebagai salah satu konsep penting dalam komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*) juga merupakan konsep inti dalam kajian politik (persuasi dalam konteks komunikasi, dan *influence* dalam konteks politik). Dalam konsep persuasi,

politik terkait dengan kemampuan aktor/elite politik dan *opinion leaders* lain dalam melakukan persuasi (*influence*) politik kepada khalayak, yakni salah satu sumberdaya penting dalam konsep manajemen politik yang ditujukan sebagai sarana efektif untuk memengaruhi orang/kelompok lain dengan menggunakan teknik-teknik persuasi politik, seperti retorika politik, propaganda politik, iklan politik, atau penggunaan simbol-simbol politik tertentu, semisal ideologi, hikayat/riwayat, mitos-mitos, nilai-nilai agama, kepercayaan-kepercayaan yang bersumber dari keyakinan lokal, nilai/norma etnisitas (etnosentrisme), dan sebagainya.

Robert Denton dan Gary Woodward dalam *Political Communication in America* (1990) misalnya, juga memberi kontribusi penting dalam memahami peran komunikator dan pesan dalam konteks politik. Menurutnya, faktor cara dan niat pengirim pesan untuk mempengaruhi lingkungan politik terkait dengan siapa yang memiliki otoritas untuk memberikan sanksi, siapa penyusun dan pemberi alokasi sumber daya publik, siapa yang memiliki kewenangan untuk membuat keputusan, serta makna sosial seperti apa yang menjadi tujuan (politik) utama pesan dari pesan yang disampaikan. Bagi Denton dan Woodward, faktor yang membuat politik menjadi penting dalam kajian komunikasi karena politik tak hanya sebatas membahas secara teknis posisi sumber informasi atau pesan (*message*)-nya, akan tetapi telah menitik pada: apa motif utama sumber serta apa isi dan tujuan politis dari pesan yang disampaikan itu?

Swanson dan Nimmo dalam *New Direction in Political Communication* (1990: 9) juga melihat aspek politik sebagai penggunaan strategis komunikasi untuk memengaruhi pengetahuan, keyakinan, dan tindakan publik pada masalah politik. Kedua ahli menekankan sifat strategis politik dalam melihat peran persuasi dalam wacana politik. Brian McNair juga memberikan definisi serupa ketika dia menulis bahwa aspek politik dalam memahami komunikasi yang bertujuan tentang politik. Dalam *An Introduction to Political Communication* (2003: 24), McNair menyebutkan bahwa konsep politik dalam studi komunikasi saat ini tidak sebatas mengkaji pernyataan lisan atau tertulis dalam bentuk representasi visual (seperti gaun, tata rias, gaya rambut, atau desain logo), namun telah mencakup semua aspek yang terkait dengan kajian 'identitas politik' atau 'citra politik.'

Miriam Budiardjo (2015: 60-61) juga memahami kekuasaan politik sebagai kemampuan aktor, elite atau kelompok politik tertentu dalam memberi 'pengaruh'. Namun tekanannya bukan dalam arti 'non-politis' seperti dipahami oleh pendekatan psikologis (sekedar kemampuan seseorang atau sekelompok

orang untuk memengaruhi tingkah laku orang atau kelompok lain), namun kemampuan untuk memengaruhi keputusan politik atau kebijaksanaan umum yang bersifat mengikat. Sementara 'persuasi' adalah bentuk lunak dari sanksi kekerasan fisik (*force*) dalam konsep kekuasaan politik. Ramlan Surbakti (1992: 57) malah melihat dalam konteks yang lebih luas, dimana dalam konsep ilmu politik terdapat sejumlah varian konsep yang terkait dengan konsep besar kekuasaan (*power*) sebagai basis studi utama ilmu politik relevan dengan konsep-konsep utama dalam kajian ilmu komunikasi, seperti *influence* (dalam konteks pengaruh politik), *persuasion* (dalam konteks persuasi politik), *manipulation* (dalam konteks manipulasi simbolik), dan *coercion* (dalam arti kekerasan simbolik).

Dalam kajian komunikasi yang berbasis pada tradisi psikologi atau psikologi sosial (yang menekankan fokus kajiannya pada aspek komunikasi individu, seperti perubahan sikap, efek pesan melalui media, dan sosialisasi/informasi) dalam analisisnya juga kerap menggunakan perspektif ilmu politik, terutama untuk memahami sistem politik dan kaitannya dalam proses komunikasi yang berdimensi politik, yakni sikap dan posisi individu (selaku khalayak politik) dalam rangka pembentukan opini publik, pengambilan keputusan atau penentuan kebijakan politik (pemerintah), posisi khalayak dalam konteks rekrutmen kepemimpinan politik (partai politik), posisi khalayak dalam konteks integrasi politik (sistem politik), dan seterusnya.

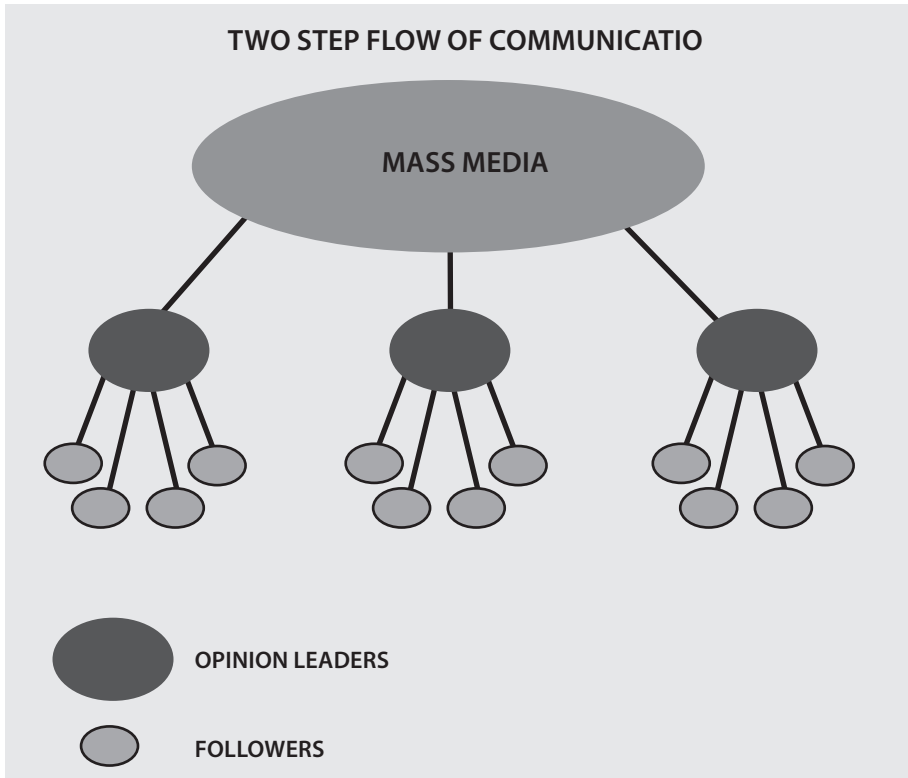
Pendekatan psikologi kognitif yang dikembangkan oleh Jagdish Sheth, Bruce Newman, dan Barbara Gross (*Consumption Values and Market Choices: Theory and Applications*, 1991) misalnya, mampu memperkaya analisis dan memprediksi perilaku pemilih dengan konsep pemasaran politik, yang ditentukan dari enam domain kognitif yang berbeda dan terpisah, seperti: (1) isu dan kebijakan politik: dipresentasikan kebijakan yang dijanjikan oleh partai atau kandidat politik; (2) citra sosial: terkait citra kandidat dalam pemikiran pemilih tentang keberadaan kelompok sosial atau tergabung sebagai apa dalam sebuah partai atau kandidat politik; (3) perasaan emosional: yang terpancar dari kontestan atau kontestan yang ditunjuk oleh kebijakan politik yang ditawarkan; (4) peristiwa mutakhir: mengacu pada sifat pribadi yang penting dan dianggap sebagai karakter kandidat; (5) peristiwa personal: Mengacu pada kehidupan pribadi dan peristiwa yang dialami secara pribadi oleh kandidat; (6) faktor epistemik: terkait dengan isu

pemilihan spesifik yang bisa memicu keinginan para pemilih tentang hal baru (Mares, 2018).

Sementara pendekatan psikologi politik sebagai kajian interdisipliner ilmu politik dengan ilmu psikologi juga memberi beragam peralatan konseptual dalam studi komunikasi politik, terutama menyangkut analisis pikiran, emosi, dan perilaku manusia dalam politik, seperti perilaku aktor birokrasi/pemerintahan, perilaku elite politik negara pembuat keputusan, perilaku para aktor partai politik, dan para aktor organisasi internasional. Perspektif psikologi politik mampu memperkaya analisa komunikasi politik secara lebih komprehensif terkait fenomena politik aktual, karena aktivitas politik tidak bisa dilepaskan dari pengaruh aktor politik, kelompok politik, dan para politisi/elite politik di tubuh pemerintahan. Di Setiap aspek dan level tersebut, pengaruh aktor politik (baik selaku individu maupun kelompok) sangat mempengaruhi proses perumusan, penyusunan, dan pelaksanaan keputusan politik atau kebijakan publik yang dihasilkan oleh pemerintah, negara, atau sistem politik (Bismo, 2017).

Studi politik berbasis *psychological approach* terkait tingkah laku pemilih (*voter behavior*), propaganda, dan perang urat syarat (*psywar*), termasuk perubahan *attitude* dalam proses komunikasi juga sudah dilakukan sejak lama oleh para ilmuwan politik. Studi Hovland, Janis, dan Kelly dalam *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change* (1953) telah meletakkan dasar yang makin kokoh bagi pengembangan studi komunikasi politik pada masa berikutnya. Studi Lazarsfeld, Barelson, dan Gaudet dalam *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presential Campaign* (1968) juga menyimpulkan bahwa kontak tatap muka (*direct communication* atau *face to face communication*) adalah faktor penyebab utama dalam perubahan pilihan para pemilih. Hubungan yang erat/akrab dengan sesama anggota masyarakat yang dikenal baik (dipercayai) menjadi jaminan bahwa informasi yang disampaikan oleh tokoh tersebut layak diikuti. Sifat-sifat hubungan tatap muka langsung memungkinkan komunikasi untuk mendapat lebih banyak informasi dari *opinion leaders* (Rauf, 1993: 24).

**GAMBAR 22 Model Arus Komunikasi Dua Tahap**



Sumber: [en.wikipedia.org/wiki/Two-step\\_flow\\_of\\_communication](https://en.wikipedia.org/wiki/Two-step_flow_of_communication).

Pandangan Lazarsfeld, Barelson, dan Gaudet yang kemudian dikenal sebagai 'teori dua tahap penyebaran arus komunikasi' (*two-step flow of communication*) ini dilatari oleh asumsi yang kuat bahwa media massa telah sejak lama memainkan peranan yang penting dalam penyebaran informasi. Tanpa penyebaran media massa yang cukup luas, teori *two-step flow of communication* tersebut tidak akan banyak berarti. Studi Lazarsfeld, dkk. juga menemukan bahwa media massa telah memainkan peranan penting penyalur informasi pada waktu penelitian berlangsung. Sejak awal surat kabar telah memainkan peranan terpenting di antara berbagai bentuk media massa sebagai penyalur informasi. Kaitan antara media massa dengan tingkah laku pemilih dalam pemilihan umum telah banyak dikaji oleh para penulis, terutama ilmuwan komunikasi. Kraus dan David (*The*

*Effect of Communication on Political Behavior*, 1953) misalnya, menyatakan bahwa media massa memainkan peranan yang penting dalam pemilu. Mereka bahkan berpendapat bahwa televisi yang berkembang pesat di Amerika Serikat sejak tahun 1950-an telah berhasil menggeser saluran kontak tatap muka dan radio sebagai saluran terpenting dalam penyampaian informasi politik saat itu (Rauf, 1993: 24-25).

Dengan membandingkan studi Lazarsfeld, dkk. yang diadakan pada tahun 1940 dan tulisan Kraus dan David tersebut terlihat bahwa teori *two-step flow of communication* (yang dikembangkan oleh Elihu Katz pada tahun 1957 melalui publikasinya di *Public Opinion Quarterly* berjudul "The Two-Step of Communication: An Up-to-Date Report of an Hypothesis" menjadi kurang relevan dengan kian menguat dan meluasnya peran televisi sebagai pemain baru dalam konteks media massa (yang sebelumnya ditempati oleh radio). Saat itu, bisa dikatakan, televisi menjadi media massa yang paling diminati untuk dikaji oleh para ilmuwan sosial mengingat daya tariknya yang luar biasa sebagai sarana informasi dan hiburan yang relatif murah. Daya tarik kuat yang dimiliki oleh televisi sebagai sarana informasi dan hiburan membuat banyak (termasuk pemerintah) memanfaatkannya untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat karena jangkauan *audience*-nya yang jauh lebih luas dibandingkan dengan media massa lainnya (Rauf, 1993: 25).

Nuansa politik juga muncul sebagai salah satu bidang kajian dalam ilmu komunikasi yang bersifat wacana politik, termasuk analisis semiotik dan lingustik kritis. Dalam konteks analisis wacana, tema-tema politik semisal analisis framing, konstruksi realitas, wacana dominan versus marjinal dalam bangunan kekuasaan politik, analisis ideologi dominan (hegemoni), politik-ideologi media, dan marjinalisasi budaya muncul sebagai tema-tema penting. Dalam konteks analisis semiotik, analisis simbol, lambang, ikon, indeks politik sebagai konstruksi dan representasi ideologis tampil sebagai topik-topik utama. Sementara dalam lingustik kritis, analisis frasa/ kata/kalimat/wacana, *langue-parole*, dan segala aspek linguistik-strukturalnya yang mengandung motif atau kepentingan politik tertentu menjadi menu-menu utama analisis (lihat Eriyanto, 2011; Jorgensen dan Philips, 2010; Rokhman dan Surahmat, 2011).

James Chesebro (1974) juga melihat lima pendekatan komplementer terhadap ilmu politik dalam kontribusinya terkait studi komunikasi politik, yakni pendekatan Machiavellian (terkait relasi kekuasaan), pendekatan ikonik (terkait penggunaan simbol-simbol politik), pendekatan ritualistik (tindakan politik



yang dangkal dan berlebihan, termasuk manipulasi simbol-simbol politik), pendekatan konfirmasional (aspek politik dipandang sebagai bentuk dukungan politik), dan pendekatan dramatis (politik dikonstruksi secara simbolik). Pendekatan-pendekatan studi komunikasi politik ini dapat dilihat sebagai rangkaian variasi yang menekankan pentingnya aspek kekuasaan, dukungan politik, dan simbol-simbol politik dalam proses komunikasi ([en.wikipedia.org/wiki/Political\\_communication](http://en.wikipedia.org/wiki/Political_communication)).

Studi paling fenomenal tentang pengaruh politik dalam komunikasi adalah kajian Laswell dalam *Politics: Who Gets What, When, How* (1936). Laswell adalah ilmuwan politik yang dianggap paling piawai dalam menjembati antara politik dalam telaah komunikasi, sehingga ia dianggap sebagai tokoh peletak dasar studi komunikasi politik. Konsep utama Lasswell terletak pada analisis mutakhirnya tentang 'siapa'/who (merujuk pada komunikator/sumber, selaku *sender* atau pengirim pesan), 'berkata apa'/say what (merujuk pada isi pesan/informasi/konten berita), 'kapan'/when (merujuk pada tempat/konteks waktu) 'dengan saluan apa'/in which channel (merujuk pada media/saluran yang digunakan), 'kepada siapa'/to whom (merujuk kepada komunikan/receiver selaku penerima pesan), dan 'dengan efek apa'/with what effect (merujuk pada dampak yang ditimbulkan). Bagi Laswell, konsep politik untuk kajian komunikasi tidak berhenti pada penjelasan konseptual tentang *who say what, when, in which channel, to whom, with what effect*, namun Lasswell juga memasukan dimensi ekonomi ke dalam isu politik, bahwa politik juga terkait dengan persoalan distribusi sumber daya atau keputusan tentang 'siapa mendapatkan apa.'

## **F. UNSUR KOMUNIKASI DALAM POLITIK**

Apa yang dimaksud unsur komunikasi dalam politik? Dalam versi yang relatif sederhana, menurut A. Muis (1990), komunikasi politik menunjuk pada unsur pesan (*message*) sebagai objek formalnya sehingga titik berat komunikasi politik terletak pada unsur komunikasi bukan pada unsur politiknya. Jika Easton dalam *System Analysis of Political Life* (1965) memberi batasan sistem politik pada berbagai hal yang berkaitan dengan pembuatan dan pelaksanaan keputusan otoritatif, maka ilmuwan politik yang membahas komunikasi politik lebih fokus mengkaji dan memahami unsur-unsur komunikasi guna merumuskan suatu komunikasi politik yang lebih efektif dalam konteks sistem politik (Rauf, 1993).

Namun, dari sisi yang lebih luas, Amstrong (1994: 110-111) menyebut unsur komunikasi dalam kajian politik terdiri dari: (1) komunikator politik, (2) pesan-

pesan politik, (3) saluran atau media politik, (4) sasaran atau target politik, dan (5) pengaruh atau efek komunikasi politik. Artinya, unsur komunikasi menjadi elemen penting dari fungsi-fungsi sistem politik, seperti: (1) sosialisasi (dan persuasi) politik, (2) pendidikan politik, (3) artikulasi kepentingan, (4) agregasi kepentingan, (5) partisipasi politik, dan (6) proses rekrutmen politik.

Dengan demikian bisa dikatakan bahwa unsur komunikasi memainkan peran penting tidak hanya dalam komunikasi politik, akan tetapi juga dalam memahami kehidupan sistem politik secara menyeluruh.

Sebagai sebuah studi yang bersifat interdisipliner, komunikasi politik adalah sebuah bidang kajian yang dibangun di atas pondasi berbagai macam disiplin ilmu, terutama dalam hubungannya antara proses komunikasi dan proses politik. Komunikasi politik, dengan demikian adalah wilayah kajian akademis yang tak hanya memiliki kekayaan konsep, teori, pendekatan, dan metodologi, namun juga menjadi pertarungan dan kompetisi antarkonsep, teori, pendekatan, dan agenda dalam memahami proses politik dan relasinya dengan fenomena komunikasi, atau sebaliknya (Cangara, 2011: 11).

Dalam studi komunikasi politik, beberapa ahli politik telah menempatkan analisis komunikasi sebagai hal penting dalam studi ilmu politik. Almod dan Powell (1966) menempatkan unsur komunikasi (politik) sebagai satu fungsi politik politik, bersamaan dengan fungsi artikulasi, agregasi, sosialisasi, dan rekrutmen yang ada dalam suatu sistem politik; Clauss Mueller dalam *The Politics of Communication* (1973) menempatkan komunikasi (politik) sebagai hasil yang bersifat politik dari dinamika dan relasi antarkelas sosial, pola bahasa, dan pola sosialisasi; sementara Jack Plano, dkk. dalam *Dictionaries in Political Science* (1980) menyebut kontribusi penting komunikasi dalam kajian politik adalah pada penyebaran arti, makna atau pesan politik sebagai bagian penting dari proses politik.

Dan Nimmo (1999: 10) menyebut inti komunikasi sebagai proses sosial, sementara inti politik sebagai konflik sosial. Itzhak Galnoor dalam *Political Communication and the Study of Politics* (1980) menyebut bahwa unsur komunikasi terdiri dari berbagai interaksi sosial dimana informasi yang berkaitan dengan usaha bersama dan hubungan kekuasaan masuk dalam kajiannya. Studi komunikasi politik dengan demikian adalah kajian tentang infrastruktur politik. Unsur komunikasi dalam kajian politik juga mencakup proses penciptaan dan pertukaran ide yang bersumber dari beragam pendapat yang berasal dari warga negara, pejabat publik, lembaga politik, dan media massa. Aktivitas ini mencakup

wacana sepanjang proses politik yang berlangsung dalam kehidupan sistem politik (lokal, nasional, dan global), serta bagaimana informasi politik dapat dimanfaatkan untuk keuntungan politik atau untuk mencapai tujuan politik (mastersincommunications.com).

Dalam konteks komunikasi politik, Nimmo (1999: 10) juga merumuskan: komunikasi politik adalah kegiatan yang bersifat politis atas dasar konsekuensi aktual dan potensial, yang menata perilaku dalam kondisi konflik; Michael Rush dan Phillip Althoff dalam *Introduction to Political Sociology* (1972) menyebut komunikasi politik sebagai unsur dinamis dari sistem politik. Sementara harvard.edu encyclopedia (seperti dikutip en.wikipedia.org/wiki/Political\_communication) mendefinisikan komunikasi politik sebagai sub bidang kajian ilmu komunikasi dan ilmu politik yang berkaitan dengan bagaimana informasi menyebar dan mempengaruhi aktivitas politik dan pembuat kebijakan, media berita, dan warga negara.

Komunikasi politik terdiri dari berbagai unsur kajian utama komunikasi yang digunakan dalam kajian ilmu politik, seperti (id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi\_politik):

1. *Komunikator Politik*: para pihak yang dapat memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna mengenai isu atau masalah politik. Misalnya presiden, menteri, anggota DPR, politisi, jurnalis media, kelompok-kelompok kepentingan dan kelompok-kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa mempengaruhi kebijakan negara (*public policy*) atau keputusan politik pemerintahan (*political decision*).
2. *Pesan Politik*: pernyataan yang disampaikan oleh komunikator/aktor politik, baik tertulis maupun tidak tertulis, verbal maupun nonverbal, tersembunyi maupun terang-terangan, disadari atau tidak disadari yang isinya mengandung konten politik. Misalnya pidato politik (*political speech*) atau pernyataan politik (*political statment*) terkait isu-isu politik penting yang disampaikan melalui berbagai media, seperti buku, brosur, pamflet, spanduk, *leaflet*, melalui iklan politik via media konvensional (surat kabar/majalah/koran), melalui media elektronik (radio, televisi, faksimili) atau melalui media sosial (facebook, twitter, instagram, line, *whatsapp*, telegram), dan berbagai saluran media massa lainnya.
3. *Saluran atau Media Politik*: saluran politik atau sarana media politik yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Misalnya media cetak, media elektronik, media online, sosialisasi,

komunikasi kelompok yang dilakukan partai, organisasi masyarakat, dan sebagainya.

4. *Sasaran* atau *Target Politik*: anggota masyarakat sasaran/target yang diharapkan dapat memberikan dukungan dalam bentuk pemberian suara kepada partai atau kandidat dalam Pemilihan Umum. Mereka adalah pengusaha, pegawai negeri, buruh, pemuda, perempuan, mahasiswa, dan sebagainya.
5. *Pengaruh* atau *Efek Komunikasi Politik*: terbangunnya pemahaman masyarakat terhadap sistem politik, falsafah kehidupan politik negara (seperti Pancasila dan UUD 1945), fungsi pemerintahan, fungsi partai-partai politik, fungsi demokrasi, dan seterusnya yang pada akhirnya dapat mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam kehidupan politik negara (berkembangnya peran aktif dan partisipasi politik warga).

Menurut Fajar (2009: 198-204), komponen konsep komunikasi yang dapat diaplikasikan dalam analisis politik, antara lain:

1. Metode *Redudancy*. Metode ini terkait dengan cara komunikator memengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ulang pesan (politik) kepada khalayak. Metode ini memiliki peluang besar memengaruhi khalayak. Pesan (politik) penting mudah diingat oleh khalayak dan memberi akam memberi kesempatan bagi komunikator untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukan sebelumnya. Dengan penggunaan metode ini banyak manfaat yang dapat diambil, antara lain khalayak akan lebih memperhatikan pesan yang disampaikan komunikator.
2. Metode *Canalizing*. Metode ini lebih memberikan tekanan pada komunikator untuk memberikan pesan (politik) kepada khalayak, kemudian secara perlahan mengubah pola pikir dan sikap khalayak ke arah (kepentingan politik) yang kehendaki komunikator. Metode *canalizing* dapat menyediakan saluran-saluran tertentu pada komunikator untuk menguasai motif-motif yang ada pada diri khalayak. Dalam metode ini, proses komunikasinya adalah komunikator terlebih dahulu mengenal khalayak kemudian memberikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap, dan motif khalayak kemudian dirubah sedikit demi sedikit ke arah tujuan (politik) yang dikehendaki oleh komunikator.
3. Konsep *Informative*. Konsep ini terkait dengan bentuk isi pesan dari komunikator politik yang bertujuan untuk memengaruhi khalayak dengan

metode penerangan (*information method*), yakni menyampaikan pesan (informasi) politik yang sesuai dengan fakta, data, dan pendapat yang benar. Metode penerangan politik memiliki fungsi memberikan informasi tentang fakta semata, namun juga fakta yang bersifat kontroversial untuk mengarahkan khalayak ke arah pendapat umum (*public opinion*). Dengan metode *informative*, pesan-pesan yang disampaikan harus berisi tentang fakta dan pendapat yang kredibel dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

4. Metode *Persuasive*. Metode ini terkait dengan kemampuan komunikator politik dalam memengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Dalam hal ini khalayak akan diduga jalan pikirannya, dan terutama perasaannya. Metode persuasif merupakan salah satu cara untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan tidak memberikan jalan untuk berfikir kritis, bahkan jika perlu khalayak dipengaruhi secara tidak sadar. Dengan demikian penggunaan metode ini menganjurkan komunikator agar terlebih dahulu menciptakan situasi di mana komunikasi mudah untuk di sugesti. Situasi yang mudah tersugesti ditentukan oleh kecakapan untuk memberi sugesti (pengaruh) maksimal kepada khalayak.
5. Metode *Educative*. Salah satu usaha untuk mempengaruhi khalayak mengenai pernyataan politik yang dilontarkan, yang dapat diwujudkan ke dalam bentuk pesan politik tertentu yang berisi pendapat, fakta, dan pengalaman. Metode *educative* memberikan gagasan kepada khalayak berdasarkan fakta, pendapat, dan pengalaman yang benar dan faktual. Metode ini dapat memberi pengaruh yang mendalam kepada khalayak, kendati akan memakan waktu lebih lama dibandingkan dengan metode persuasi.
6. Metode *Coorsive*. Metod *kursif* terkait dengan kemampuan memengaruhi khalayak dengan cara memaksa khalayak untuk menerima gagasan politik tertentu yang disampaikan komunikator. Pesan dari komunikator politik memuat—selain pendapat dan pengalaman juga berisi—ancaman. Metode ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan, perintah, dan intimidasi yang untuk pelaksananya didukung oleh aturan tertentu. Menyusun pernyataan umum yang bersifat kursif tidaklah seluwes pernyataan umum yang lain—karena ada kekuatan yang mendukungnya—namun memiliki efek lebih besar.

Frank E.X Dance dan Carl E. Larson dalam *The functions of Human Communication: A Theoretical Approach* (1976), juga berhasil mengidentifikasi 15 (lima belas) komponen konseptual pokok komunikasi yang dalam banyak kasus juga digunakan dalam analisis politik, khususnya dalam kajian komunikasi politik. Komponen tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut (Sendjaja, 2004: 23).

**TABEL 11 Komponen Konseptual Komunikasi Dance**

Komponen/Unsur	Definisi
Simbo-simbol/verbal/ujaran	Komunikasi adalah pertukaran pikiran atau gagasan secara verbal (John B. Hoben, 1954).
Pengertian dan pemahaman	Komunikasi adalah suatu proses dengan mana kita bisa memahami dan dipahami oleh orang lain. Komunikasi merupakan proses yang dinamis dan secara konsisten berubah sesuai dengan situasi yang berlaku (Paul Anderson, 1959).
Interaksi/hubungan/poroses sosial	Interaksi juga dalam tingkatan biologis adalah satu perwujudan komunikasi, karena tanpa komunikasi tindakan-tindakan kebersamaan tidak akan terjadi (George Hebert Mead, 1963).
Pengurangan dan ketidakpastian	Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego (Dean C. Barnlund, 1964).
Proses	Komunikasi adalah proses penampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain, melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain (Bernard Barelson dan Gary A. Steiner, 1964).
Pengalihan/penyampaian/pertukaran	Penggunaan kata komunikasi tampaknya menunjukkan kepada adanya sesuatu yang dialihkan dari suatu benda atau orang ke benda atau orang lainnya. Kata komunikasi kadang-kadang menunjukkan kepada apa yang dialihkan, alat apa yang dipakai sebagai saluran pengalihan atau menunjukkan kepada keseluruhan proses upaya pengalihan. Dalam banyak kasus, apa yang dialihkan itu kemudian menjadi milik atau bagian bersama. Oleh karena itu, komunikasi juga menuntut adanya partisipasi (Alfred Jules Ayer, 1955).

Komponen/Unsur	Definisi
Menghubungkan/menggabungkan	Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dalam kehidupan dengan bagian lainnya (Jurgen Ruesch, 1957).
Kebersamaan	Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu yang dari semula dimiliki oleh seseorang orang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih (Alex Gode, 1959)
Saluran/alat/jalur	Komunikasi adalah alat pengiriman pesan-pesan kemiliteran perintah/order, dan lain-lain, seperti telegraf, telepon, radio, kurir dan lain-lain (American College Dictionary).
Replikasi memori	Komunikasi adalah proses yang mengarahkan perhatian seseorang dengan tujuan mereplikasi memori (F.A Cartier dan Kenneth Harwood, 1953).
Tanggapan diskriminatif	Komunikasi adalah tanggapan diskriminatif dari suatu organisme terhadap suatu stimulus (Stanely Smith Stevens, 1950)
Stimuli	Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai penyampaian informasi yang berisikan stimuli diskriminatif dari suatu sumber terhadap penerima (Robert M. Newcomb, 1966).
Tujuan/kesengajaan	Komunikasi pada dasarnya merupakan penyampaian pesan yang isengaja dari sumber terhadap penerima dengan tujuan mempengaruhi tingkah laku pihak penerima (Gerald Miller, 1966)
Waktu/situasi	Proses komunikasi merupakan suatu transisi dari suatu keseluruhan struktur situasi ke situasi yang lain sesuai pola yang diinginkan (Bess Sondel, 1956).
Kekuasan/kekuatan	Komunikasi adalah suatu mekanisme yang menimbulkan kekuatan/kekuasaan (Stanley Schacter, 1951).

Sumber: Adapatsi dari Ruliana (2016: 11).

Rumusan tentang unsur komunikasi dalam kajian politik sebagaimana telah dijelaskan di atas menunjukkan fenomena ketersaling-keterkaitan (*the phenomenon of interrelation*), bahwa unsur komunikasi maupun unsur politik adalah realitas yang 'serba hadir' (*ubiquitos*). Sifat komunikasi dan politik yang 'serba hadir' itu dengan sendirinya merefleksikan sifat komunikasi politik sebagai disiplin kajian yang juga 'serba hadir'. Dari premis inilah wajar jika kajian komunikasi politik memberi banyak keuntungan sekaligus menimbulkan banyak kesulitan,

karena komunikasi politik merupakan arena kajian akademis yang begitu luas ruang lingkungannya, bersifat interdisipliner, *interconnected*, multidefinisi, bahkan multimakna.

Dengan demikian, saat kita membahas unsur-unsur komunikasi dalam kajian politik kita akan menemui berbagai kesulitan konseptual, teoritis, dan metodologis karena komunikasi politik sebagai sebuah bidang kajian dengan ruang lingkup yang sangat luas itu merupakan sebuah medan studi yang memiliki relasi dan implikasi yang saling terkait dengan beragam aktivitas sosial politik di hampir seluruh jenjang/level kehidupan, baik dalam arti potensial, prosedural maupun faktual.

## **G. FUNGSI KOMUNIKASI POLITIK**

Komunikasi politik merupakan komunikasi yang dilakukan dalam suatu sistem politik, baik diantara sistem tersebut maupun antara sistem tersebut dengan lingkungannya. Dalam komunikasi politik terjadi pertukaran pesan yang bersifat politik, memiliki akibat politik, atau mempengaruhi perilaku politik. Komunikasi politik disampaikan dengan berbagai saluran atau media. Saluran komunikasi politik dibagi menjadi tiga tipe saluran, yakni: saluran komunikasi massa (seperti pidato presiden yang disiarkan melalui televisi atau radio); saluran komunikasi interpersonal (misalnya komunikasi antarpribadi, seperti komunikasi pribadi teman sejawat, kolega, atau keluarga); dan saluran komunikasi organisasi (misalnya komunikasi antara anggota organisasi atau antarorganisasi yang satu dengan yang lain).

Komunikasi politik adalah bentuk upaya untuk memengaruhi, membuka wawasan atau cara berpikir sasaran komunikasi (khalayak atau komunikan), sehingga menghasilkan orientasi, cara berpikir, sikap atau perilaku yang sesuai dengan target politik yang ingin dicapai oleh komunikator selaku pengirim pesan. Tujuan utama dari komunikasi politik adalah membangun kesamaan terkait pemahaman politik atas informasi atau pesan-pesan politik, atas isu-isu politik yang berkembang, atas berbagai permasalahan politik yang ada, atau atas kebijakan politik tertentu.

Terdapat beberapa tujuan komunikasi politik yang telah dibangun oleh para ahli dan pengamat, antara lain adalah:

1. *Membentuk Citra Politik.* Seperti dikatakan Dan Nimmo dalam *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media* (2000: 6-7) citra politik terjalin melalui pikiran dan perasaan secara subjektif yang akan memberikan penilaian



dan pemahaman terhadap suatu fenomena, peristiwa atau kejadian politik tertentu. Citra politik terbentuk melalui proses informasi yang diterima komunikan, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk interaksi melalui media sosial. Citra politik tersusun melalui persepsi komunikan yang bermakna tentang pesan politik dan kemudian menyatakan makna itu melalui kepercayaan, nilai, dan pengharapan dalam bentuk pendapat pribadi yang selanjutnya dapat berkembang menjadi pendapat umum (Budiman, 2014: 20). Sementara dalam konteks kontestasi politik atau pemilu, menurut Anwar, dkk. (2019: 4), pencitraan politik adalah atribut diri yang dikonstruksi untuk menggambarkan sikap, perilaku atau watak seseorang—baik dalam kapasitasnya selaku pejabat, politisi, institusi partai atau ormas tentang (ke)'baik'(an) atau (ke)'buruk'(an). Politik pencitraan yang bersifat positif bisa digunakan mengangkat elektabilitas diri dan golongannya, sebaliknya pencitraan yang negatif bisa digunakan sebagai alat untuk menjatuhkan musuh/lawan politik.

2. *Membentuk Reputasi Politik.*

Dimana dari pencitraan politik, maka dampak yang akan muncul berikutnya adalah reputasi politik (sebagai hasil dari) pencitraan politik. Reputasi politik itu sendiri merupakan penilaian masyarakat akan suatu partai politik tertentu, baik penilaian yang positif maupun yang negatif. Reputasi Politik akan hadir seiring dengan kemampuan aktor politik dalam menyesuaikan kondisi politik yang terjadi. Setiap aktor politik atau partai politik menginginkan penilaian positif dari khayalak Oleh sebab itu pesan politik sangat konsen dalam membentuk reputasi politiknya. Tanpa pesan politik yang tepat, maka reputasi akan tergerus di mata masyarakat. Reputasi politik yang positif dari masyarakat akan sangat menentukan posisi para aktor politik dan partai politik. Tanpa reputasi politik yang positif, sulit bagi mereka bisa bertahan di tengah persaingan politik yang semakin ketat saat ini.

3. *Membentuk Pendapat Umum.* Seperti dikatakan William Albig dalam *Two Decades of Opinion Study: 1936-1956* (1957) pendapat umum adalah hasil interaksi antara orang-orang dalam suatu kelompok. Sedang menurut William Whyte dalam *The Social Life of Small Urban Spaces* (1980), pendapat umum adalah suatu sikap rakyat mengenai suatu masalah yang menyangkut kepentingan umum sehingga bisa dicitrakan sebagai: (a) pendapat, sikap, perasaan, ramalan, pendirian dan harapan-harapan dari individu, kelompok dalam masyarakat tentang masalah yang berhubungan

dengan kepentingan umum atau persoalan sosial; (b) hasil interaksi, diskusi, atau penilaian sosial antar individu berdasarkan pertukaran pikiran secara sadar dan rasional; (c) pendapat umum akan dapat dikembangkan, dirubah dan dibentuk oleh media massa; dan (d) bisa dilakukan pada penganut paham (politik) demokratis.

4. *Menggalang Partisipasi Politik*. Kevin R. Hardwick dalam *Classics of American Political and Constitutional Thought* (2007) mendefinisikan partisipasi politik sebagai bentuk perhatian dari warga negara yang berupaya menyampaikan kepentingan-kepentingannya terhadap pejabat publik. Miriam Budiardjo (2015: 367) mengartikan partisipasi politik sebagai kegiatan seseorang atau kelompok untuk ikut serta aktif dalam memilih pimpinan negara dan secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*). Sementara Samuel Huntington dan Joan M, Nelson dalam *No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries* (1977: 3) mendefinisikan partisipasi politik sebagai kegiatan warga negara yang bertindak secara pribadi atau kolektif dengan maksud untuk mempengaruhi pembuatan keputusan oleh pemerintah, secara spontan atau terorganisasi, mantap atau sporadis secara damai atau kekerasan, legal atau illegal dan efektif atau tidak efektif. Bisa berupa: (a) Agregasi kepentingan (*interest aggregation function*), pada fungsi ini terdapat proses penggabungan kepentingan, untuk kemudian dirumuskan dan disalurkan kepada pemegang kekuasaan atau pemerintah yang memegang kekuasaan dan yang berwenang untuk dijadikan kebijakan publik; (b) fungsi artikulasi kepentingan (*interest articulation function*), pada fungsi ini terjadi proses sintesis aspirasi individu-individu sebagai anggota kelompok berupa ide atau pendapat yang kemudian dijadikan pola dan program politik.
5. *Ajang Sosialisasi Politik*. Sosialisasi politik merupakan aktivitas yang telah direncanakan dan terorganisir untuk memberikan pemahaman mengenai kebenaran politik. Di dalam sosialisasi terdapat suatu tujuan. Sehingga pihak yang akan melakukan sosialisasi memerlukan persiapan, baik dalam hal kemampuan maupun pengetahuan mengenai politik. Salah satu kemampuan yang perlu dimiliki adalah kemampuan atau keterampilan komunikasi. Menurut David Easton dan Jack Dennis dalam *Children in the Political System: Origins of Political Legitimacy* (1969) menyebut sosialisasi politik sebagai suatu proses perkembangan seseorang untuk mendapatkan orientasi-orientasi politik dan pola-pola tingkah lakunya. Sementara Piers

Robinson dalam *Theorizing the Influence of Media on World Politics: Models of Media Influence on Foreign Policy* (2001) menyebut sosialisasi politik merupakan proses perubahan perilaku yang berhubungan erat dengan proses belajar pemahaman terhadap peristiwa politik.

Dalam kerangka sistem politik, sosialisasi politik adalah *inputing* politik, berperan sebagai masukan (aspirasi) publik kepada pemerintah. Sementara hasil sosialisasi politik adalah *output* politik berupa kebijakan yang diberlakukan pemerintah kepada masyarakat. Melalui aktivitas komunikasi politik pemerintah dapat mengevaluasi kebijakan apa yang kurang tepat dan apa yang seharusnya diperbaiki dari kebijakan tersebut. Sosialisasi politik adalah aktivitas yang telah direncanakan dengan matang dan diorganisir untuk memberikan pemahaman mengenai kebenaran politik. Untuk itu, pihak yang akan melakukan sosialisasi memerlukan persiapan, baik dalam hal kemampuan maupun pengetahuan mengenai politik. Salah satu kemampuan yang perlu dimiliki adalah *communication skill* (Dey, 2018).

6. *Ajang Pendidikan Politik*. Fungsi lain komunikasi politik dalam kehidupan sistem politik adalah pendidikan politik (*political education*). Pendidikan politik adalah usaha menanamkan, merubah atau mempertahankan sistem nilai atau orientasi politik dengan mengaktifkan proses sikap, perilaku, sistem berfikir, pandangan seseorang atau kelompok, baik kader, simpatisan, dan masyarakat umum yang dilakukan oleh politikus profesional dan aktivis (sebagai komunikator politik) atau oleh lembaga (organisasi), seperti partai politik. Pendidikan politik juga akan memberi pemahaman pada warga negara bahwa untuk mengubah realitas politik dalam sistem politik yang ideal akan ditandai oleh perubahan kebudayaan politik baru. Kondisi ini sering menjebak kalangan masyarakat idealis menjadi bersikap apatis dan sebagian lagi memilih sikap 'tidak peduli' dalam kehidupan politik. Letak urgensi pendidikan politik bagi publik, di satu sisi ia dapat berfungsi sebagai sosialisasi politik (pelestarian nilai-nilai politik) lama yang dianggap baik, dan di sisi lain ia juga dapat berfungsi sebagai sarana pembaharuan (reformasi) politik, suatu perubahan politik terencana yang dapat diprediksi dan dilaksanakan secara regular dan demokratis (Soeprapto, dkk., 2014: 41).
7. *Ajang Rekrutmen Politik*. Rekrutmen politik terkait dengan usaha pemerintah, partai politik dan kelompok kepentingan, lembaga swadaya dan organisasi

sosial kemasyarakatan, lembaga-lembaga pendidikan, dan sebagainya untuk mengajak individu-individu sebagai warga negara untuk masuk ke dalam orientasi, nilai dan kehidupan politik; atau jika mungkin aktif sebagai anggota dari suatu partai politik tertentu. Rekrutmen politik juga terkait dengan kaderisasi kepemimpinan politik yang penting untuk dipersiapkan sistem politik. Kepemimpinan politik yang baik tentu harus dipersiapkan, tujuannya untuk menghasilkan pemimpin politik yang memiliki: (1) kesadaran, (2) komitmen, (3) keyakinan/ketetapan jiwa, (4) visi dan misi yang utuh, (6) kreatif dan inovatif, (7) kepekaan hati nurani (*emphaty*) dan simpatik, (8) kapasitas intelektual, (9) keterampilan komunikasi, (10) keberanian moral, dan (11) akhlak/budi pekerti yang luhur (Sastroatmodjo, 1995:9).

Dalam kaitannya dengan fungsi pemerintahan, setidaknya bisa diidentifikasi 13 (tiga belas) fungsi komunikasi politik terkait tugas pemerintahan (Ivony, 2018):

1. Fungsi Memberikan Informasi (*Function of Giving Information*). Komunikasi politik dalam pemerintahan berfungsi sebagai menyampai (transmisi) informasi, mengenai berbagai bentuk kebijakan yang telah diputuskan oleh pemerintah kepada masyarakat, mengenai usaha-usaha yang dilakukan lembaga politik yang berhubungan dengan pemerintah dan masyarakat, serta komunikasi yang bersifat perpolitikan di dalam intern pemerintahan sendiri. Dengan manajemen komunikasi politik, masyarakat dapat lebih mengerti mengenai berbagai hal mengenai perpolitikan dalam pemerintahan, dengan begitu akan dapat menghindari kesalahpahaman yang mungkin terjadi.
2. Fungsi Sosialisasi (*Socialization Function*). Komunikasi politik dapat digunakan untuk melakukan sosialisasi terkait kebijakan dan program-program pemerintah kepada masyarakat luas; atau mensosialisasikan tujuan lembaga politik yang berhubungan dengan mempertemukan kepentingan pemerintah dan aspirasi masyarakat. Komunikasi politik juga berfungsi untuk menjelaskan dan mendukung sesuatu keputusan yang telah dibuat oleh pemerintah, untuk menghindarkan agar masyarakat tidak mudah terprovokasi oleh berita, informasi atau isu politik yang tidak jelas. Komunikasi politik juga dapat digunakan untuk mensosialisasikan kepada masyarakat mengenai cara, teknik, prosedur atau mekanisme pemilu, serta

hak dan kewajiban setiap masyarakat selaku warga negara (pemberi suara). Sosialisasi politik menjadi salah satu sara efektif dalam pendidikan politik masyarakat untuk lebih paham mengenai hal-hal yang terkait dengan hak dan kewajiban masyarakat selaku warga negara sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

3. Fungsi Mempertahankan Nilai (*Function Retain Value*). Komunikasi politik juga berfungsi sarana untuk mempertahankan nilai-nilai, budaya, dan perilaku politik bangsa. Utamanya terkait fenomena globalisasi yang telah membawa dampak/pengaruh positif dan negatif dalam kehidupan berbangsa dan bernegara—seperti kemudahan informasi dan arus barang antarwilayah dan antarnegara, laju pertumbuhan ekonomi dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (terutama teknologi internet/digital), serta berkembangnya paham/ideologi yang tidak sesuai dengan kepribadian dan nilai-nilai luhur bangsa, terutama dasar negara Pancasila dan UUD 1945. Ideologi/paham global saat ini telah berkembang sedemikian rupa (bukan sebagai kajian/wacana akademis, namun sebagai nilai dan prinsip hidup yang telah dianut oleh sebagian kelompok masyarakat), seperti paham komunisme, ateisme/agnostisme/sekularisme, liberalisme, individualisme, ekstrimisme, radikalisme, dan ideologi/paham pemikiran global sejenis. Jika pemerintah gagal dalam mengendalikan laju pengaruh paham-paham pemikiran global itu, ke depan, potensial paham pemikiran global tersebut akan menggerus jati diri bangsa.
4. Fungsi untuk Memfasilitasi Dialog (*Facilitates Dialog Function*). Komunikasi politik juga dapat digunakan untuk memfasilitasi dialog antara antarinstansi politik, antara instansi politik dengan warga negara, maupun antarwarga negara. Sebab, di negara seperti Indonesia dimana identitas sosial (suku, budaya, agama, dan ras) begitu beragam dengan demokrasi yang masih dalam proses pertumbuhan adalah hal yang cukup rumit bagi pemerintah untuk me-*manage* tanpa ruang dialog publik yang memadai. Berbagai latar belakang, kepentingan, dan cara pandang yang begitu beragam yang masuk dalam tataran sistem politik, jika ini tidak dikelola dengan baik bisa memicu tumbuhnya pembangkangan publik serta memperkuat paham radikalisme dan fundamentalisme politik. Sistem politik memerlukan ruang dialog sebagai ajang pertukaran ide/gagasan untuk membangun keselarasan pemahaman politik antara suprastruktur politik dan infrastruktur politik,

karena sistem politik—seperti dikatakan Almond—merupakan produk aktivitas sejarah yang dinamis. Dialog politik adalah jembatan penghubung dari perbedaan politik yang ada. Fasilitasi dialog politik publik akan menjadi solusi efektif sekaligus fungsi efektif—antara negara dan warga negara—dalam membangun sistem politik demokratis.

5. Fungsi Umpan Balik (*Feedback Function*). Kebijakan atau keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemerintah terkait pemerintahan atau kebijakan menyangkut peraturan dalam kehidupan masyarakat seringkali menimbulkan pro-kontra dari masyarakat. Komunikasi politik dapat digunakan untuk mengetahui respon masyarakat terkait kebijakan tersebut. Komunikasi politik dapat digunakan oleh pemerintah sebagai umpan balik atas kebijakan-kebijakan saran pemerintah terhadap masyarakat.
6. Fungsi Penampung Ide (*Idea Pool Function*). Fungsi komunikasi politik sebagai sarana penampung ide atau aspirasi masyarakat terkait terkait dengan fungsi adaptasi sistem politik di lingkungan internal. Melalui fungsi adaptasi sistem politik, maka fungsi komunikasi politik di tingkat operasional adalah penampung ide dan aspirasi masyarakat. Melalui fungsi ini, masyarakat dapat menyampaikan ide-ide dan menyuarakan aspirasinya terkait jalannya pemerintahan, baik yang bersifat supportif, korektif, atau kritik atas keputusan politik atau kebijakan publik yang diambil oleh pemerintah. Dalam konteks teori demokrasi, fungsi penampung ide ini hanya akan berjalan efektif jika pemerintah memberlakukan prinsip demokrasi (*check and balancing*) dan tata kelola pemerintahan yang baik dan transparan (*good and clean government*) dalam menjalankan fungsi politik dan manajemen pemerintahan.
7. Fungsi Mempertinggi Rasa Kebangsaan (*Functions to Enhance the Sense of Nationality*). Komunikasi politik dapat digunakan untuk mempertinggi rasa kebangsaan (nasionalisme) dalam diri masyarakat (baca: teori *public relations*). Misalnya melalui pidato politik mengenai kebesaran bangsa Indonesia serta kharisma politik para pemimpin dan pendahulunya, melalui artikel mengenai keindahan panorama alam dan budaya Indonesia, dan bentuk-bentuk saluran lainnya. Rasa kebangsaan, nasionalisme, patriotisme atau kecintaan terhadap Tanah Air yang timbul dalam diri masyarakat tersebut akan memupuk integrasi bangsa dan soliditas politik nasional yang dapat menghindari konflik dan ancaman bangsa, seperti separatisme yang merusak persatuan bangsa.

8. Fungsi Menciptakan Iklim Perubahan (*The Function of Creating Climate Change*). Komunikasi politik dapat digunakan untuk mencari atau meraih dukungan masyarakat terkait gerakan reformasi maupun demokratisasi dengan cara menyajikan informasi-informasi yang mendukung berlangsungnya iklim atau suasana politik. Gerakan-gerakan reformasi maupun demokratisasi yang dilakukan kelompok atau golongan tertentu, akan dapat mengubah struktur kekuasaan jika bisa meraih simpati publik dan mendapat dukungan luas masyarakat. Dengan terjadinya perubahan struktur kekuasaan, maka secara tidak langsung akan menciptakan iklim perubahan politik dalam berbagai bidang kehidupan politik negara.
9. Fungsi Meningkatkan Aktivitas Politik Masyarakat (*Function of Increasing Community Political Activities*). Komunikasi politik dapat meningkatkan aktivitas politik masyarakat dengan cara memberikan informasi-informasi terkait politik dalam pemerintahan pada masyarakat luas. Aktivitas politik masyarakat akan meluas dan berbagairah, misalnya bisa dilakukan melalui pemanfaatan saluran berita di televisi, radio atau surat kabar (pembentukan agenda politik pemerintah/agenda setting media), atau melalui komentar-komentar politik yang ditransmisikan kepada masyarakat luas dengan memanfaatkan jejaring media sosial (internet) sebagai saluran informasi politik pemerintah yang berdampak lebih luas.
10. Fungsi Kontrol Sosial (*Social Control Function*). Komunikasi politik dapat menciptakan transparansi dan akuntabilitas pemerintahan dengan cara memberika informasi terkait jalannya pemerintahan serta kebijakan, peraturan, serta keputusan yang diambil pemerintah (baca: komunikasi politik pemerintahan). Artinya, jika terdapat suatu kejanggalan yang ditemukan dalam dunia perpolitikan dalam pemerintahan, maka fungsi *social control*—sebagai salah satu bentuk komunikasi politik—akan langsung menangkap fenomena atau aktivitas kejanggalan itu, sehingga dapat segera dilakukan reaksi (*feedback*) sebagai saluran untuk melakukan tindakan (*action*) perbaikan. Dengan kata lain, komunikasi politik menjadi suatu kekuatan kontrol sosial yang membantu terpeliharanya idealisme sosial dan keseimbangan politik.
11. Fungsi Hubungan Internasional (*International Relation Function*). Komunikasi politik diperlukan dalam komunikasi internasional, saat berhubungan dengan pemeritah atau masyarakat (komunitas) internasional dari berbagai

negara. Aktor atau komunikator utama dalam hubungan internasional, seperti presiden, menteri, pejabat tinggi negara, politisi, diplomat (duta, konsul atau atase), para aktivis (yang lembaganya memiliki hubungan dan/ atau didanai oleh dana internasional—*international fund rising network*), jurnalis/media massa, dan lainnya memiliki andil besar dan peran strategis dalam menentukan derajat keharmonisan hubungan antarnegara, baik dalam konteks hubungan bilateral maupun multilateral. Ralasi politik (termasuk relasi ekonomi, bisnis, teknologi, kerjasama pendidikan dan kebudayaan, dan lain-lain) di lingkup internasional memerlukan aktor-aktor komunikasi politik yang handal dan profesional agar tercipta hubungan kerjasama yang harmonis dan saling menguntungkan.

12. Fungsi Hiburan Masyarakat (*Community Entertainment Function*). Penyelenggaraan pemilu atau seringkali disebut juga sebagai 'pesta demokrasi', disamping fungsi utamanya sebagai sarana pendidikan politik, juga berfungsi sebagai sarana hiburan bagi masyarakat. Melalui berbagai etape penyelenggaraan pemilu misalnya, baik pemilu presiden, pemilu legislatif, maupun *event-event* pemilu lokal (seperti pemilihan gubernur/wakil gubernur, bupati/wakil bupati, walikota/wakil walikota serta anggota DPRD tingkat provinsi maupun tingkat kabupaten/kota) selalu diawali dengan acara kampanye atau pawai massa. Selain menampilkan para juru kampanye, komentator politik atau pengamat politik, kampanye juga menghadirkan berbagai artis dan komedian level nasional maupun lokal yang memberikan hiburan secara gratis bagi masyarakat (konstituen) di berbagai wilayah, kota maupun desa, yang mengikuti acara kampanye atau pawai massa tersebut.
13. Fungsi Motivasi (*Motivation Function*). George Terry (dalam Hasibuan, 2003), mendefinisikan motivasi sebagai keinginan (hasrat) yang ada pada diri seseorang, yang merangsangnya untuk melakukan tindakan tertentu, yang bisa berfungsi sebagai daya penggerak yang menciptakan kegairahan agar mereka mau bekerjasama dan bekerja secara lebih efektif untuk mencapai tujuan tertentu. Motivasi juga merupakan hasil sejumlah proses yang bersifat internal atau eksternal bagi seorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap antusiasme dan persistensi dalam hal melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu. Artinya, motivasi yang dimaksud dalam konteks komunikasi politik adalah keinginan (hasrat) untuk melakukan



tindakan tindakan tertentu, yang berfungsi sebagai daya penggerak untuk bekerjasama secara lebih efektif bagi para aktor politik, seperti politisi, fungsionaris, serta para pendukung partai politik dalam untuk mencapai tujuan-tujuan politik tertentu yang bisa memberi manfaat bagi kehidupan politik masyarakat, bangsa, dan negara.



# BAB TIGA

## DIMENSI-DIMENSI ETIS KOMUNIKASI POLITIK

### A. ETIKA SEBAGAI ISU FILSAFAT

#### 1. Etika

Sebagai salah satu cabang kajian utama filsafat, etika mempelajari nilai atau kualitas mengenai standar dan penilaian moral. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab. Etika dimulai bila manusia merefleksikan unsur-unsur etis dalam pendapat-pendapat spontan kita. Kebutuhan akan refleksi itu akan kita rasakan, antara lain karena pendapat etis kita tidak jarang berbeda dengan pendapat orang lain (Bertens, 2005: 5). Untuk itulah diperlukan etika, yaitu untuk mencari tahu apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia. Secara metodologis, tidak setiap hal menilai perbuatan dapat dikatakan sebagai etika. Etika memerlukan sikap kritis, metodis, dan sistematis dalam melakukan refleksi. Karena itulah etika merupakan suatu ilmu. Sebagai suatu ilmu, objek dari etika adalah tingkah laku manusia. Akan tetapi berbeda dengan ilmu-ilmu lain yang meneliti juga tingkah laku manusia, etika memiliki sudut pandang normatif. Maksudnya etika melihat dari sudut baik dan buruk terhadap perbuatan manusia.

Secara etimologis, etika berasal dari bahasa Yunani '*ethikos*,' yang bermakna 'timbul dari kebiasaan.' Menurut Lorens Bagus (2000: 217), 'etika,' yaitu '*ethos*' dan '*ethikos*,' dua kata yang berasal dari bahasa Yunani. Kata *ethos* berarti sifat, watak kebiasaan, tempat yang biasa, sementara *ethikos* berarti susila, keadaban, kelakuan, dan perbuatan yang baik. Sedangkan dalam bahasa Arab, kata etika dikenal dengan istilah 'akhlak,' yang bermakna budi pekerti. Sedangkan dalam bahasa Indonesia disebut tata susila (Bakry, 1978: 9).

Encyclopedia Britanica (dalam Wilujeng, 2013: 81) memaknai etika sebagai '*ethos*' yang berarti watak kesusilaan atau adat. *Ethic from Greek Ethos' character' is the systematic study of the nature of value concept, good, bad, ought, right, wrong,...*

and of the general principles which justify us in applying them to anything; also called 'moral philosophy'—dari bahasa Yunani Ethos 'character' adalah studi sistematis tentang sifat konsep nilai, baik, buruk, seharusnya, benar, salah, ... dan tentang prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita dalam menerapkannya pada apa pun; juga disebut 'filsafat moral'.

Menurut Encyclopedia of Philosophy (dalam Wilujeng, 2013: 81) etika juga bisa dimaknai sebagai: "*The term "Ethics is used in three different but related ways, signifying (1) a general pattern or way of life, (2) a set rules of conduct or moral code, (3) inquiry about way of life of rules of conduct"*—Istilah Etika digunakan dalam tiga cara yang berbeda tetapi berhubungan, yang berarti (1) pola umum atau cara hidup, (2) seperangkat aturan perilaku atau kode moral, (3) penyelidikan tentang cara hidup aturan perilaku.

Etika juga disebut filsafat moral, disiplin yang berkaitan dengan apa yang baik dan buruk secara moral dan benar dan salah secara moral. Etika juga berlaku untuk sistem atau teori nilai atau prinsip moral ([britannica.com/topic/ethics-philosophy](http://britannica.com/topic/ethics-philosophy)). Etika disebut juga filsafat moral adalah cabang filsafat yang berbicara tentang praksis (atau tindakan) manusia. Etika tidak mempersoalkan keadaan manusia, melainkan mempersoalkan bagaimana manusia harus bertindak. Tindakan manusia ini ditentukan oleh bermacam-macam norma. Norma ini masih dibagi lagi menjadi norma hukum, norma agama, norma moral dan norma sopan santun.

Terkait dengan moral, istilah moral berasal dari kata latin, yaitu *mores*, yakni bentuk jama dari *mos*, yang berarti adat istiadat, kebiasaan, watak, kelakuan, tabiat, dan cara hidup (Bagus, 2000: 672); atau terkait dengan kebiasaan, adat; akhlak, watak; perasaan, sikap, cara berpikir (Bartens (1993: 27); atau menurut Kerap (2002: 2):

"Kebiasaan hidup yang baik, (yang telah) dibakukan dalam bentuk kaidah, aturan atau norma yang di sebarluaskan, dikenal, dipahami, dan diajarkan secara lisan dalam masyarakat. Kaidah, norma atau aturan ini pada dasarnya, menyangkut baik-buruk perilaku manusia. Atau, etika dipahami sebagai ajaran yang berisikan perintah dan larangan tentang baik-buruknya perilaku manusia, yaitu perintah yang harus dipatuhi dan larangan yang harus dihindari."

Secara praktis, Masyitoh (2019: 3) membedakan pengertian etika dan moral sebagai berikut:

“Etika lebih banyak bersifat teori, sementara moral lebih banyak praktis; etika memandang perilaku manusia secara universal, sementara moral secara lokal; etika menjelaskan ukuran baik dan buruk tersebut, sementara moral menyatakan ukuran baik buruk tersebut; moral sekuler bersumber dari pikiran dan prasangka manusia yang beraneka ragam; moral masyarakat Indonesia adalah serangkaian prinsip hidup yang bersumber pada Pancasila sebagai dasar kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.”

Secara umum etika diklasifikasi dalam beberapa jenis topik bahasan, antara etika deskriptif, etika normatif, etika individual, etika sosial, etika deontologi, dan etika teologi ([id.wikipedia.org/wiki/Etika](https://id.wikipedia.org/wiki/Etika); Fajri, 2017).

1. *Etika Deskriptif*: kajian etika yang diarahkan untuk membahas ajaran moral yang berlaku, membicarakan masalah baik-buruk tindakan manusia dalam hidup bersama.
2. *Etika Normatif*: kajian etika yang diarahkan untuk memberi penilaian dimana norma berfungsi sebagai dasar dan kerangka tindakan yang akan dilakukan. Etika normatif terbagi menjadi dua, yakni '*etika umum*' tentang kebaikan secara umum (bagaimana manusia itu bertindak secara etis), dan '*etika khusus*' pertimbangan baik buruk dalam bidang tertentu, seperti penerapan moral dasar dalam kehidupan yang bersifat khusus, seperti etika/kode etik jurnalistik, etika bisnis, etika hukum, etika kedokteran, atau etika-etika profesi lainnya yang bersifat khusus.
3. *Etika Individual*: bahasan etika dimana objeknya adalah manusia, terkait dengan makna, tujuan, kewajiban, tanggung jawab, dan sikap hidup manusia terhadap dirinya sendiri.
4. *Etika Sosial*: kajian etika yang membahas tingkah laku manusia sebagai makhluk sosial dan interaksinya dengan manusia lain, baik dalam lingkup terkecil (keluarga), hingga yang terbesar bernegara.
5. *Meta Etika*. Meta berarti melampaui atau melebihi. Yang dibahas dalam meta etika bukanlah moralitas secara langsung, melainkan ucapan-ucapan kita di bidang moralitas. Meta etika bergerak pada tataran bahasa, atau mempelajari logika khusus dari ucapan-ucapan etis. Meta etika dapat ditempatkan dalam wilayah filsafat analitis, dengan pelopornya antara lain filsuf Inggris George Moore (1873-1958). Filsafat analitis menganggap analisis bahasa sebagai

bagian terpenting, bahkan satu-satunya, tugas filsafat. Salah satu masalah yang ramai dibicarakan dalam metaetika adalah *the is/ought question*, yaitu apakah ucapan normatif dapat diturunkan dari ucapan faktual. Kalau sesuatu merupakan kenyataan (*is*), apakah dari situ dapat disimpulkan bahwa sesuatu harus atau boleh dilakukan (*ought*).

Etika disebut juga ilmu normatif, karena didalamnya mengandung norma dan nilai-nilai yang dapat digunakan manusia secara praktis dalam kehidupan. Karenanya, sebagian orang menyebut etika sebagai ajaran moral yang menuntun arah budi pekerti manusia. Etika adalah bidang kajian dari ilmu filsafat yang berupaya mencari keselarasan perbuatan-perbuatan manusia dengan dasar yang sedalam-dalamnya, yang diperoleh melalui akal budi manusia, melalui refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma moral yang menentukan dan terwujud dalam orientasi, pola sikap serta perilaku hidup manusia, baik selaku pribadi maupun sebagai kelompok.

Sebagai cabang filsafat, etika sangat menekankan pendekatan yang kritis dalam melihat dan menggumuli nilai dan norma moral serta permasalahan-permasalahan yang muncul dalam kaitannya dengan nilai dan norma moral tersebut. Akademisi dan rohaniwan terkemuka, Franz Magnis-Suseno sampai mengatakan bahwa etika adalah sebuah ilmu, dan bukan semata ajaran. Etika memberikan kita orientasi, dan setiap orang pada akhirnya akan membutuhkan orientasi moral untuk menghadapi kehidupan dunianya (Suseno, 1987: 15). Artinya, etika (dan moral) memiliki fungsi yang sangat penting, yakni memberi orientasi kepada manusia bagaimana dan ke mana kita harus melangkah dalam (ke)hidup(an) ini. Bedanya, moralitas akan langsung menuntun kita kepada tindakan: inilah cara anda (harus) melangkah. Sementara etika akan terlebih dahulu mempersoalkan secara kritis dan rasional: apakah saya harus melangkah dengan cara itu? Dan mengapa saya tidak menempuhnya dengan cara ini? (Salam, 1987: 2).

Bagi Baqir (2005: 189-190), meski sama-sama terkait dengan penilaian etis terkait benar-salahnya atau baik-buruknya tindakan manusia, etika dan moral memiliki perbedaan pengertian yang cukup mendasar. Di ranah filsafat, moralitas lebih condong pada bahasan nilai baik dan buruk dari setiap perbuatan/tindakan manusia, sedangkan etika adalah ilmu yang mempelajari tentang ajaran yang bersifat logis dan sistematis tentang nilai baik dan buruk tadi. Jadi bisa dikatakan, etika juga berfungsi sebagai teori tentang perbuatan baik dan buruk. Etika

membatasi dirinya dan hanya fokus pada pertanyaan apa itu moral? Moral merupakan bagian terpenting dari pertanyaan-pertanyaan seputar etika. Tetapi, di samping itu, tugas utama etika adalah menyelidiki apa yang harus dilakukan manusia. Semua cabang filsafat berbicara tentang yang ada, sedangkan filsafat etika membahas yang harus dilakukan (Bertens, 1993: 27). Dengan pemahaman Bertens, Poedjawijatna, dan Baqie di atas, sangat jelas bahwa moral bukan etiket. Etiket hanyalah wujud tindakan praktis manusia yang gagasannya bersumber dari ajaran moral dan teori etika.

Dalam ranah filsafat, etika masuk dalam kajian filsafat etika. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), filsafat etika adalah: (1) ilmu tentang apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk dan tentang hak dan kewajiban moral; dan (2) kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. Dasar filsafat etika adalah etika individual (Sugiono dan Muis, 2012).

Sementara menurut hukum etika, suatu perbuatan itu dinilai dari tiga tingkat, yaitu: *tingkat pertama* pada masa manusia belum dilahirkan, dan belum melakukan perbuatan, berupa rencana dalam hati atau niat; *tingkat kedua*, manusia dengan segala perbuatan nyata atau pekerjanya; dan *tingkat ketiga* adalah akibat atau hasil dari perbuatannya manusia (baik atau buruk). Pandangan baik dan buruk, dan hakikat nilai dalam kehidupan manusia sangat tergantung pada tiga hal mendasar, yaitu: (1) cara berpikir yang melandasi manusia dalam berperilaku; (2) cara berbudaya yang menjadi sendi berlakunya norma sosial; dan (3) cara merujuk kepada sumber-sumber nilai yang menjadi tujuan pokok dalam bertindak. Jadi, filsafat etika adalah cabang ilmu filsafat yang mempelajari tingkah laku manusia yang baik dan buruk (Azizah, 2016: 17).

Dalam kehidupan sehari-hari pengertian etika sering disamakan dengan moral, bahkan lebih jauh makna etika direduksi sebatas etiket. Moral berkaitan dengan penilaian baik-buruk mengenai hal-hal yang mendasar yang berhubungan dengan nilai kemanusiaan, sedang etika/etiket berkaitan dengan sikap dalam pergaulan, sopan santun, tolok ukur penilaiannya adalah pantas-tidak pantas (Wilujeng, 2013: 81-82). Dalam kaitannya dengan moral, Bertens (1993) berpendapat bahwa etika memang merupakan ilmu yang membahas tentang moralitas (atau ilmu manusia sejauh yang berkaitan dengan moralitas). Etika adalah ilmu yang mempelajari tingkah laku moral manusia. Atau seperti yang dikatakan Poedjawijatna (1996), etika adalah disiplin yang punya sasaran khusus, yakni tindakan-tindakan manusia yang dilakukan dengan sengaja.

Di samping etika dan moral, ada istilah lain yang berkaitan dengan keduanya, yaitu nilai dan norma. Nilai adalah suatu kualitas atau penghargaan terhadap sesuatu, yang dapat menjadi dasar penentu tingkah laku seseorang (Daroeso, 1986: 20); nilai adalah kualitas atau keadaan sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik lahir maupun batin (Darmodiharjo dan Shidarta, 1995: 1); nilai pada dasarnya disebut sebagai standar penuntun dalam menentukan sesuatu itu baik, indah, berharga atau tidak (Moehadjir dan Cholisin, 1989: 25); nilai berperan dalam suasana apresiasi (penilaian), dan akibatnya suatu objek akan dinilai secara berbeda oleh berbagai orang (Bertens, 1993: 140-141); dan nilai (atau *menilai*) berarti menimbang, yaitu kegiatan menghubungkan sesuatu dengan sesuatu yang lain (sebagai standar), untuk selanjutnya menjadi dasar dalam pengambilan keputusan (Widjaja, 1985: 155).

Pendapat yang lebih komprehensif dan sekaligus mengambil jalan tengah dikemukakan oleh Ana Maria Ducasse dan Annie Brown (2020). Menurut kedua ahli linguistik itu, nilai itu sesungguhnya ditentukan oleh subjek yang menilai dan objek yang dinilai. Sebagai contoh, emas dan permata itu merupakan barang-barang yang bernilai tinggi, akan tetapi nilai dari emas dan permata itu baru akan menjadi nyata (riil) apabila ada subjek yang menilainya. Dengan demikian nilai itu merupakan hasil interaksi antara subjek yang menilai dan objek yang dinilai (Basa'ad, 2018: 161).

Robert W. Richey (dalam Sulistyono, 1991: 15) membagi nilai menjadi 7 (tujuh) macam, pengertian, yakni: (1) nilai intelektual, (2) nilai personal dan fisik, (3) nilai kerja, (4) nilai penyesuaian, (5) nilai sosial, (6) nilai keindahan, dan (7) nilai rekreasi. Sementara itu Notonagoro (dalam Junie, 2017) membagi nilai menjadi tiga macam, yaitu: (1) nilai material, yaitu segala sesuatu yang berguna bagi unsur jasmani manusia; (2) nilai vital, yaitu segala sesuatu yang berguna bagi manusia untuk mengadakan kegiatan atau aktivitas; (3) nilai kerohanian, yaitu segala sesuatu yang berguna bagi rohani manusia, yang meliputi: a. nilai kebenaran atau kenyataan-kenyataan yang bersumber pada unsur akal manusia (rasio, budi, cipta), b. nilai keindahan yang bersumber pada rasa manusia (perasaan, estetis), c. nilai kebaikan atau moral yang bersumber pada kehendak atau kemauan manusia (karsa, etis), d. nilai relegius yang merupakan nilai Ketuhanan, nilai kerohanian yang tertinggi dan mutlak.

Berikutnya, Waber G. Everet (dalam Junie, 2017) membagi nilai ke dalam 5 (lima) jenis: (1) nilai-nilai ekonomi (*economic values*—nilai-nilai yang berhubungan dengan sistem ekonomi; nilai-nilai tersebut mengikuti harga pasar); (2) nilai-nilai

rekreasi (*recreation values*—nilai-nilai permainan senggang (waktu luang) yang memberi sumbangan untuk menyejahterakan kehidupan maupun kesegaran jasmani dan rohani); (3) nilai-nilai perserikatan (*association values*—nilai-nilai yang meliputi berbagai bentuk perserikatan manusia dan persahabatan kehidupan keluarga, sampai dengan tingkat internasional); (4) nilai-nilai kejasmanian (*body values*—nilai-nilai yang berhubungan dengan kondisi jasmani/fisik seseorang); dan (5) nilai-nilai watak (*character values*—nilai yang meliputi semua tantangan, kesalahan pribadi dan sosial termasuk keadilan, kesediaan menolong, kesukaan pada kebenaran, dan kesediaan mengontrol diri).

Berdasarkan pengertian di atas, Bertens menyimpulkan bahwa nilai memiliki sekurang-kurangnya tiga ciri: (1) nilai berkaitan dengan subjek. Kalau tidak ada subjek yang menilai, maka juga tidak ada nilai; (2) nilai tampil dalam suatu konteks praktis, dimana subjek ingin membuat sesuatu. Dalam pendekatan yang semata-mata teoritis, tidak akan ada nilai. Dalam hal ini ia mengajukan pertanyaan kepada pandangan idealis, apakah pendekatan yang murni teoritis dapat diwujudkan? (3) nilai menyangkut sifat-sifat yang 'ditambah' oleh subjek pada sifat-sifat yang dimiliki oleh objek. Nilai tidak dimiliki oleh obyek pada dirinya (Bertens, 1993: 141).

Sementara norma berarti ukuran, garis pengarah, aturan, kaidah pertimbangan dan penilaian. Norma adalah nilai yang menjadi milik bersama dalam suatu masyarakat yang telah tertanam dalam emosi yang mendalam sebagai suatu kesepakatan bersama. Dalam kehidupan umat manusia terdapat bermacam-macam norma, yaitu norma agama, norma kesusilaan, norma kesopanan, norma hukum, dan berbagai norma lainnya. Norma agama, norma kesusilaan, norma kesopanan, dan norma hukum digolongkan sebagai norma umum, disamping norma khusus, seperti aturan permainan, tata tertib persidangan, tata tertib sekolah, tata tertib pengunjung tempat bersejarah, dan lain-lain. Masing-masing norma itu memiliki sanksi yang berbeda (Zubair: 20).

Sebagai ukuran, aturan, dan kaidah, baik nilai maupun norma dapat dipandang sebagai konsepsi tentang hal 'yang baik' (disukai) dan hal 'yang buruk' yang mendorong perilaku manusia dan berfungsi sebagai kriteria dalam menentukan pilihan (*make choice*) dan membuat penilaian (*make judgement*). Namun, fenomena yang terjadi di masyarakat Indonesia dewasa ini, masyarakat hanya takut pada norma hukum yang memiliki sanksi yang jelas. Sementara norma moral yang bersumber dari kesadaran etis pada diri cenderung tidak diindahkan.



## 2. Aliran dalam Etika

Etika juga terbagi ke dalam beberapa aliran. Beberapa aliran-aliran dalam filsafat etika antara lain adalah etika deontologis, etika teleologis, etika virtue, etika teologis, etika egoisme, dan etika utilitarianisme.

### 1. Etika Deontologis

Etika *deontologis* (deontologisme) adalah pandangan etika normatif yang menilai moralitas suatu tindakan berdasarkan kepatuhan pada peraturan. Etika ini kadang-kadang disebut etika berbasis 'kewajiban' atau 'obligasi' karena peraturan memberikan kewajiban kepada seseorang. Etika deontologis biasanya dianggap sebagai lawan dari konsekuensialisme, etika pragmatis, dan etika kebajikan. Menurut Immanuel Kant (1734-1804), seseorang harus bertindak berdasarkan kewajibannya (*deon*) bila ingin berbuat sesuatu yang benar secara moral; suatu tindakan dianggap benar atau salah bukan berdasarkan dampaknya, tetapi berdasarkan niatan dalam melakukan tindakan tersebut ([plato.stanford.edu/entries/ethics-virtue/](http://plato.stanford.edu/entries/ethics-virtue/)).

Etika deontologi adalah model etika dimana tindakan yang dilakukan seseorang dianggap baik atau buruk berdasarkan apakah tindakan tersebut sesuai atau tidak dengan kewajiban tanpa mempersoalkan akibatnya. Perbuatan baik atau buruk (benar atau salah) didasarkan pada proses bukan hasil atau dampak. Perbuatan dikatakan baik (benar) menurut teori deontologi jika perbuatan tersebut memang baik untuk dirinya sehingga perbuatan tersebut memang merupakan kewajiban yang harus dilakukan. Perbuatan dikatakan buruk (salah) menurut teori deontologi jika perbuatan tersebut dilakukan dalam prosesnya yang tidak sesuai dengan kewajiban yang melatari perbuatan tersebut. Dikatakan baik (benar) karena melaksanakan kewajiban (tugas), dikatakan buruk (salah) karena melaksanakan yang bukan kewajiban atau tidak melaksanakan padahal kewajiban (tugas) ([id.wikipedia.org/wiki/Etika\\_deontologis](http://id.wikipedia.org/wiki/Etika_deontologis)).

### 2. Etika Teleologi

*Teleologi* berasal dari akar kata Yunani, telos (akhir, tujuan, maksud) dan logos (perkataan). Menurut Christian Wolff (1679-1754), teleologi merupakan sebuah studi tentang gejala-gejala yang memperlihatkan keteraturan, rancangan, tujuan, akhir, maksud, kecenderungan, sasaran, arah, dan bagaimana hal-hal ini dicapai dalam suatu proses perkembangan. Etika teleologi adalah model etika dimana perbuatan dikatakan baik berdasarkan tujuan atau akibat dari perbuatan

tersebut. Etika teleologi bersifat situasional, yaitu memilih perbuatan tersebut akan membawa akibat baik meskipun harus melanggar kewajiban atau norma yang ada (<https://id.wikipedia.org/wiki/Teleologi>).

Di sisi lain, menurut Dharmaputera (1993: 4-11), dalam dunia etika, teleologi bisa diartikan sebagai pertimbangan moral akan baik buruknya suatu tindakan dilakukan. Perbedaan besar tampak antara teleologi dengan deontologi. Secara sederhana, hal ini dapat kita lihat dari perbedaan prinsip keduanya. Dalam deontologi, kita akan melihat sebuah prinsip benar dan salah. Namun, dalam teleologi bukan itu yang menjadi dasar, melainkan baik dan jahat. Ketika hukum memegang peranan penting dalam deontologi, bukan berarti teleologi mengacuhkannya. Teleologi mengerti benar mana yang benar, dan mana yang salah, tetapi itu bukan ukuran yang terakhir. Yang lebih penting adalah tujuan dan akibat. Betapa pun salahnya sebuah tindakan menurut hukum, tetapi jika itu bertujuan dan berakibat baik, maka tindakan itu dinilai baik.

Dalam perspektif etika teleologis, tujuan yang baik harus diikuti dengan tindakan yang benar menurut hukum. Hal ini membuktikan cara pandang teleologis tidak selamanya terpisah dari deontologis. Perbincangan 'baik' dan 'jahat' harus diimbangi dengan "benar" dan 'salah'. Lebih mendalam lagi, ajaran teleologis ini dapat menciptakan hedonisme, ketika 'yang baik' itu dipersempit menjadi 'yang baik bagi saya'. Filsuf yang menjadi pelopor etika teleologi antara lain adalah Plato, Aristoteles, dan Thomas Aquinas Dharmaputera (1993: 11).

### 3. Virtue

Secara etimologis 'keutamaan' merupakan terjemahan dari kata bahasa Inggris '*virtue*', dari bahasa Latin '*virtus*' dan paralel dengan istilah '*arête*' dalam bahasa Yunani. Etika keutamaan (*virtue ethics*) adalah teori etika yang berpendapat bahwa filsafat moral tidak pertama-tama berurusan dengan benar atau salahnya tindakan manusia menurut norma-norma atau prinsip-prinsip moral tertentu, melainkan dengan baik-buruknya kelakuan atau watak manusia (Bagus, 2000: 457). Menurut Aristoteles (385-322 SM), keutamaan adalah sifat karakter yang nampak dalam tindakan kebiasaan. Sifat 'kebiasaan' ini menjadi amat penting sebab perlu bahwa hal yang baik itu dijalankan terus menerus. Dengan kata lain karakter itu bersifat kokoh dan tak berubah. Sementara bagi Magnis-Suseno, keutamaan merupakan terjemahan yang cocok untuk kata '*virtue*' dalam arti sebagai kekuatan dan kemampuan. Kata 'utama' juga menunjuk kepada kemampuan manusia untuk membawa diri sebagai manusia utuh, jadi

tidak dipersempit secara moralistik pada 'kesalahan.' 'Manusia utama' adalah manusia yang luhur, menjalankan apa yang baik dan tepat, untuk melakukan tanggung jawabnya (Suseno, 2000: 1999).

Kita mengandaikan keutamaan membuat seseorang menjadi manusia yang baik. Keutamaan merupakan disposisi watak yang telah diperoleh seseorang dan memungkinkan dia untuk bertingkah laku baik secara moral. Sebagai contoh, kemurahan hati merupakan suatu keutamaan yang membuat seseorang membagi harta bendanya untuk orang lain yang membutuhkan dan kita sepakat bahwa perilaku tersebut adalah baik dan terpuji. Etika keutamaan tidak serta merta hadir dalam kehidupan kita, namun diperoleh melalui jalan membiasakan diri dan itu merupakan hasil latihan. Keutamaan tidak dimiliki manusia sejak lahir dan pada masa anak seorang manusia belum berkeutamaan, karena belum memiliki kesadaran moral (Gufron, 2016: 102).

#### 4. Etika Teologis

Berbeda dengan etika deontologis yang tidak mementingkan tujuan, etika teologis berintikan pada tujuan atau akibat dari sesuatu. Etika teologis adalah etika yang erat kaitannya dengan agama dan berisikan tentang unsur etika umum dan dapat dimengerti ketika manusia sudah memahami posisi etika secara umum. Etika teologis menyatakan bahwa walaupun manusia sudah memiliki niat baik dalam bertindak, tetap saja harus diiringi dengan tujuan akhir yang baik.

Etika teologis adalah etika yang mengajarkan hal-hal yang baik dan buruk berdasarkan ajaran-ajaran agama. Etika ini memandang semua perbuatan moral sebagai: (1) perbuatan-perbuatan yang mewujudkan kehendak Tuhan atau perbuatan yang sesuai dengan kehendak Tuhan; (b) perbuatan-perbuatan sebagai perwujudan cinta kasih kepada Tuhan; dan (c) perbuatan-perbuatan sebagai penyerahan diri kepada Tuhan. Orang beragama memiliki keyakinan bahwa tidak mungkin nilai-nilai moral dan etis itu dibangun tanpa nilai-nilai dan spirit agama atau tanpa mengenal syariat dalam konteks menjalankan ajaran-ajaran Tuhan dalam kehidupan sehari-hari. Karena bagi aliran etika teologis, sumber pengetahuan dan kebenaran etika adalah kitab suci atau wahyu Tuhan (Naupal, 2014: 259).

Etika teologis adalah etika yang bertolak dari keyakinan sekaligus mendasari sumber pemahaman nilai dari Allah/ilahi. Etika teologi daro diartikan tidak hanya sebagai refleksi atas iman sebagai kebenaran atau sebagai pengalaman

spiritual, tetapi teologi juga diartikan sebagai implementasi makna iman bagi pengembangan potensi kemanusiaan. Dapat dikatakan bahwa etika teologis adalah sebuah etika yang didasarkan atas unsur-unsur agama. Berbeda dengan etika filosofis, etika teologis memiliki sifat transempiris, yaitu pengalaman manusia dengan Allah yang melampaui kesusilaan tidak dapat diamati manusia dengan pancainderanya. Karena etika teologis berhubungan dengan yang ilahi, maka sumber utama yang dijadikan bagi etika ini ialah Alkitab dan alat bantu lainnya (Hurauruk, dkk., 2010).

#### 5. Egoisme

Egoisme berasal dari bahasa Latin 'ego' yang berarti 'aku'. Gagasan ini menyatakan bahwa kehidupan terbaik adalah kehidupan dimana kita mendapatkan apa yang kita inginkan. Kembali ke pertanyaan di atas, apakah egois sama dengan mementingkan diri sendiri? Egois adalah melakukan segala sesuatu yang kita anggap penting. Menjadi egois tidak selalu mementingkan diri sendiri. Sebagai contoh, ketika seorang laki-laki mendaki gunung bersama kekasihnya, ia akan rela membawa perbekalan lebih berat dibandingkan kekasihnya. Ia tidak mementingkan dirinya ketika melakukan itu, namun dia egois karena itulah yang dia anggap penting. Pertanyaan selanjutnya adalah: "Bisakah kita hanya mengejar apa yang kita inginkan dalam hidup ini?"

Sementara tesis yang menyatakan bahwa orang hanya melakukan hal yang mereka inginkan untuk kepentingan dirinya sendiri lazim disebut sebagai egoisme psikologis, karena tesis tersebut menjadikan hasrat egoistik sebagai penjelasan psikologis paling fundamental. Dengan kata lain, tesis tersebut menyatakan bahwa seluruh tindakan manusia harus dijelaskan dengan menggunakan kacamata hasrat manusia dalam melakukan tindakan tersebut (Graham, 2015: 31).

#### 6. Utilitarisme

Utilitarisme adalah tindakan yang dilakukan manusia untuk memberi manfaat kepada orang lain, baik di sekitarnya maupun cakupan masyarakat yang lebih luas lagi Utilitarianisme adalah suatu teori yang bersumber dari gagasan etika normatif yang menyatakan bahwa suatu tindakan yang patut adalah yang memaksimalkan penggunaan (*utility*). Etika ini biasanya didefinisikan sebagai memaksimalkan kebahagiaan dan mengurangi penderitaan. Utilitarianisme berasal dari kata Latin '*utilis*,' yang berarti berguna, bermanfaat, berfaedah,

atau menguntungkan. Istilah ini juga sering disebut sebagai teori kebahagiaan terbesar (*the greatest happiness theory*) ([id.wikipedia.org/wiki/Utilitarianisme](http://id.wikipedia.org/wiki/Utilitarianisme)).

Utilitarianisme sebagai teori sistematis pertama kali dipaparkan oleh Jeremy Bentham dan muridnya, John Stuart Mill. Utilitarianisme merupakan suatu paham etis yang berpendapat bahwa yang baik adalah yang berguna, berfaedah, dan menguntungkan. Sebaliknya, yang jahat atau buruk adalah yang tak bermanfaat, tak berfaedah, dan merugikan. Karena itu, baik buruknya perilaku dan perbuatan ditetapkan dari segi berguna, berfaedah, dan menguntungkan atau tidak. Dari prinsip ini, tersusunlah teori tujuan perbuatan ([id.wikipedia.org/wiki/Utilitarianisme](http://id.wikipedia.org/wiki/Utilitarianisme)).

## **B. ETIKA KOMUNIKASI POLITIK**

### **1. Etika Komunikasi**

Etika komunikasi adalah gagasan moral yang memengaruhi komunikasi baik sebagai ilmu maupun sebagai aktivitas manusia. Secara umum, etika komunikasi berkaitan dengan moral 'kebaikan' (*good present*) dalam segala bentuk komunikasi manusia. Ini termasuk komunikasi antarorang, komunikasi di media massa, dan komunikasi digital. Komunikasi yang etis mencakup kejujuran dalam komunikasi, menjaga kerahasiaan informasi, dan tidak membahas hal yang bersifat pribadi ataupun urusan orang lain di depan umum atau di depan pihak ketiga ([id.wikipedia.org/wiki/Etika\\_komunikasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Etika_komunikasi)).

Hakikat komunikasi adalah proses ekspresi antarmanusia. Setiap manusia mempunyai kepentingan untuk menyampaikan pikiran atau perasaan yang ada di dalam diri (pikiran dan perasaan)-nya. Tentu saja, ekspresi pikiran dan perasaan itu memakai dan memanfaatkan bahasa sebagai sarana atau medium komunikasinya. Dalam bahasa komunikasi, setiap orang atau sesuatu yang menyampaikan sesuatu disebut sebagai komunikator. Sesuatu yang disampaikan atau diekspresikan adalah pesan (*message*). Seseorang atau sesuatu yang menerima pesan adalah komunikan (*communicate*) (Mufid, 2009 : 98).

Dengan kata lain, komunikasi tidak dapat terjadi jika tidak ada kesamaan makna di antara komunikator dan komunikan. Sebab, hakikat komunikasi adalah proses pernyataan isi pikiran (*mind*) atau isi perasaan (*feel*) seseorang kepada orang lain dengan menggunakan medium bahasa. Komunikasi berarti juga penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan tersebut terdiri dari aspek isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan dimediasi oleh pikiran atau perasaan dan lambang dimediasi oleh

bahasa (Rahmat, 2012).

Dalam konteks sosiologis, setidaknya terdapat tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab, mengapa manusia perlu mempertimbangkan etika dalam konteks komunikasi (Falimu, 2017: 12):

1. Hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya, baik lingkungan sosial maupun lingkungan fisiknya. Melalui etika, manusia dapat mengetahui peluang-peluang komunikasi seperti apa yang bisa dimanfaatkan untuk memelihara dan menghindari hal-hal buruk yang mengancam eksistensi di lingkungan sosial-budayanya dan potensi kerusakan alam disekitarnya.
2. Upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya secara baik. Proses kelanjutan suatu masyarakat sesungguhnya tergantung bagaimana masyarakat itu bisa beradaptasi dengan lingkungannya secara baik, benar, dan efektif yang tentu saja harus menyertakan nilai-nilai dan prinsip-prinsip etika komunikasi maupun etika sosial.
3. Upaya manusia untuk melakukan transformasi melalui mekanisme pewarisan nilai dan sosialisasi. Pasalnya, suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaan/eksistensinya menuntut anggota masyarakatnya untuk melakukan pertukaran nilai, perilaku, dan peranan individual dan sosialnya yang sesuai dengan nilai dan norma-norma etis yang menjadi pranata sosio-kulturalnya.

Sebagai bidang ilmu yang berhubungan dengan berbagai macam ilmu pengetahuan yang lain, jelas menunjukkan bahwa kajian komunikasi menyentuh berbagai macam aspek kehidupan manusia. Tentu sangat krusial, jika apa yang menjadi ide, gagasan, dan nilai-nilai komunikasi yang menyentuh berbagai aspek kehidupan manusia tersebut justru tidak bisa dikomunikasikan dengan baik dalam konteks ilmu komunikasi? Dalam kaitan ini, etika komunikasi mencoba untuk mengolaborasi standar etis yang harus digunakan oleh komunikator dan komunikan. Setidaknya ada tujuh perspektif etika komunikasi yang bisa dilihat dalam perspektif yang bersangkutan (Mufid, 2009 : 185-186).

1. *Perspektif politik.* Dalam perspektif ini, etika untuk mengembangkan kebiasaan ilmiah dalam praktek berkomunikasi, menumbuhkan bersikap adil dengan memilih atas dasar kebebasan, pengutamaan motivasi, dan menanamkan penghargaan atas perbedaan.
2. *Perspektif sifat manusia.* Yang paling mendasar adalah kemampuan berpikir dan kemampuan menggunakan simbol. Ini berarti bahwa tindakan manusia

yang benar-benar manusiawi adalah berasal dari rasionalitas yang sadar atas apa yang dilakukan dan dengan bebas untuk memilih melakukannya.

3. *Perspektif dialogis*. Komunikasi adalah proses transaksi dialogal dua arah. Sikap dialogal adalah sikap setiap partisipan komunikasi yang ditandai oleh kualitas keutamaan, seperti keterbukaan, kejujuran, kerukunan intensitas, dan lain-lainnya.
4. *Perspektif situasional*. Faktor situasional adalah relevansi bagi setiap penilaian moral. Ini berarti bahwa etika memperhatikan peran dan fungsi komunikator, standar khalayak, derajat kesadaran, tingkat urgensi pelaksanaan komunikator, tujuan dan nilai khalayak, standar khalayak untuk komunikasi etis.
5. *Perspektif utilitarian*. Standar utilitarian untuk mengevaluasi cara dan tujuan komunikasi dapat dilihat dari adanya kegunaan, kesenangan, dan kegembiraan.
6. *Perspektif legal*. Perilaku komunikasi yang legal, sangat disesuaikan dengan peraturan yang berlaku dan dianggap sebagai perilaku yang etis.

Ditelisik dari sisi terminologinya, etika adalah *ethos* yang berarti karakter, watak kesusilaan atau adat kebiasaan. Etika terkait erat dengan konsep individu atau kelompok sebagai alat penilai kebenaran atau evaluasi terhadap sesuatu yang telah dilakukan. Sedangkan, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media). Dari terminologi di atas dapat dipahami bahwa etika komunikasi terkait dengan watak atau kesusilaan yang menentukan benar atau tidaknya cara penyampaian pesan kepada orang lain yang dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara lisan, tulisan, langsung atau pun tidak langsung. Etika komunikasi dengan demikian adalah norma, nilai atau ukuran tingkah laku yang baik dalam aktivitas komunikasi manusia, baik dalam konteks komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi massa, komunikasi organisasi, komunikasi publik, komunikasi antarbudaya, maupun dalam konteks dan lingkungan komunikasi lainnya.

Mengingat etika erat kaitannya dengan manusia, yang mengatur mengenai nilai, norma, kaidah, dan ukuran-ukuran baik dan buruk tingkah laku manusia, maka etika komunikasi merupakan sarana agar terbangun atau terjalin hubungan antarmanusia secara baik. Melalui komunikasi, relasi dan interaksi

sosial yang terbangun akan membawa manusia ke dalam hakikat komunikasi yang baik, di antara manusia yang satu dengan manusia lainnya, sebagai wujud dari jatidiri manusia sebagai makhluk sosial, yang saling membutuhkan, yang memungkinkan komunikasi dan interaksi timbal balik tak hanya bisa berlangsung secara efektif, namun juga etis.

## 2. Etika Politik

Etika politik adalah filsafat moral tentang dimensi politis kehidupan manusia, atau cabang filsafat yang membahas prinsip-prinsip moralitas politik (Suseno, 1987: 3). Etika politik merupakan prinsip moral tentang baik-buruk dalam tindakan atau perilaku dalam berpolitik (Wijaya, 1997). Etika politik juga dapat diartikan sebagai tata susila (kesusilaan), tata sopan santun (kesopanan) dalam pergaulan politik. Dalam praktiknya, etika politik menuntut agar segala klaim atas hak untuk menata masyarakat dipertanggungjawabkan pada prinsip-prinsip moral dasar. Untuk itu, etika politik berusaha membantu masyarakat untuk mengejawantahkan ideologi negara yang luhur ke dalam realitas politik yang nyata ([id.wikipedia.org/wiki/Etika\\_politik](http://id.wikipedia.org/wiki/Etika_politik)).

Dalam pandangan Franz Magnis-Suseno (Hardiman, 2016: 68), etika politik berfungsi untuk menyediakan alat-alat teoritis untuk mempertanyakan serta menjelaskan legitimasi politik secara bertanggung jawab atas tindakan-tindakannya. Suara hatinya merupakan saksi yang terus menerus mengingatkannya bahwa ia sendirilah yang bertanggung jawab atas sikap dan tindakan-tindakannya.

Individualitasnya dihayati manusia dalam tindakannya yang sadar dan disengaja. Ia bebas dan harus menentukan sendiri apa yang dilakukannya dan apa yang tidak. Mau tak manusia harus mengambil sikap terhadap alam dan masyarakat sekelilingnya, ia dapat menyesuaikan diri dengan harapan orang-orang lain, tetapi ia dapat juga bertindak melawan mereka (Suseno, 1987: 12).

“Manusia adalah bebas sejauh ia sendiri dapat mengembangkan pikiran tentang tujuan-tujuan dan sarana-sarana kehidupannya dan sejauh ia dapat mencoba untuk bertindak sesuai dengannya; ia adalah bebas karena ia mampu untuk melihat ruang gerak dengan pelbagai kemungkinan untuk bertindak yang sudah tersedia atau diciptakannya sendiri daripadanya ia dapat memegang salah satu.”



Karena manusia bagaimana pun juga harus memutuskan sendiri apa yang dilakukannya, tindakannya dapat diperhitungkan kepadanya: ia bertanggung jawab atas tindakan-tindakannya. Suara hatinya merupakan saksi yang terus menerus mengingatkannya bahwa ia sendirilah yang bertanggung jawab atas sikap dan tindakan-tindakannya (Suseno, 1987: 13).

Etika politik adalah kumpulan nilai yang berkenaan dengan akhlak untuk mengatur dan memimpin sesuatu dengan cara yang mendatangkan kemaslahatan. Dan etika politik itu merupakan filsafat moral mengenai dimensi politik kehidupan manusia (Suseno, 1994: x). Namun, manfaat etika politik itu bukanlah bersifat praktis. Ia juga bukan sebagai penasihat para politisi yang menanyakan legitimasi moral dari beragam keputusan politik yang dihasilkan. Namun, etika politik menuntut agar semua klaim atas hak untuk mengatur masyarakat dapat dipertanggungjawabkan berdasarkan prinsip-prinsip moral dasar (Diana, dkk., 2018: 368).

Etika politik merupakan pedoman orientasi dan pegangan normatif untuk menilai kualitas tatanan dan kehidupan politik dengan tolok ukur martabat manusia (Suseno, 1994: 8). Karenanya, pokok permasalahan etika politik adalah persoalan legitimasi etis kekuasaan. Untuk itu, setiap penguasa dituntut untuk mempertanggungjawabkan kekuasaannya, dan bila ia tidak mampu memenuhinya, maka kekuasaan itu dianggap tidak sah (Suseno, 2004: 22). Jadi, tampaklah di sini adanya keterkaitan erat antara etika dan sistem atau pola berpikir setiap pribadi dan kelompok yang ada di dalam masyarakat.

Bagi Friedrich Nietzsche (1844-1900), esensi etika yang dibangun dalam politik itu ditentukan oleh penilaian baik dan buruk. Namun, pragmatisme politik sudah ter-lanjur merusak etika berpolitik para politikus. Salah satunya adalah praktik *money politics* (transaksi politik) yang dilakukan para politikus pada pemilihan umum. Perilaku elit politik seperti ini benar-benar tidak mendidik rakyat. Mereka menjadi contoh yang buruk dalam berpolitik. Jika ini terus terjadi, maka tidak akan ada etika dalam politik. Mestinya, para elit politik menjadi teladan yang baik bagi rakyat yang dipimpinnya, yaitu akhlak dan perilaku berpolitik yang baik, memiliki kesabaran, kesederhanaan, menjunjung persamaan, keadilan, dan lain sebagainya (Diana, dkk., 2018: 365).

Menurut al-Mawardi (972-1058), etika politik adalah sebuah ideal untuk membangun kehidupan berpolitik. Dalam konsep etikanya, al-Mawardi selalu menekankan keharusan seorang penguasa untuk selalu patuh dan berpegang teguh pada nilai etika dan moral yang sudah dijelaskan dalam al-Qur'an dan

al-Sunnah. Dengan ini, al-Mawardi mencoba memberikan solusi terhadap perbaikan kondisi masyarakat sekaligus untuk menjaga stabilitas politik dalam kehidupan politik sebuah bangsa atau negara (Diana, dkk., 2018: 364).

Sementara bagi Magnis-Suseno (1994: x), etika politik tidak hanya berurusan dengan masalah perilaku elite politik, tapi juga terkait pandangan tentang manusia dan kekuasaan (Suseno, 1994: xiii). Selain itu, etika politik sangat terkait dengan hukum dan kekuasaan. Etika politik bersifat metafisis dan dianggap kurang realistis oleh para filsuf, sehingga mereka sering acuh tak acuh. Namun, para filsuf berjasa mengkritisi dasar-dasar legitimasi kekuasaan politik. Dalam pandangan etika, politisi harus bertindak benar, bertanggung jawab, serta argumentatif dalam perilaku politik mereka. Karena, baik dan buruknya kondisi lingkungan sosial sangat tergantung pada keputusan politik (Suseno, 1994: 2).

Sejatinya tidak ada (aktivitas) politik tanpa etika, karena etika politik ialah prinsip moral yang menimbang berbagai hal tentang baik-buruk dalam tindakan atau perilaku politik. Etika politik merupakan landasan dari keseluruhan proses politik untuk mengejawantahkan ideologi negara yang luhur ke dalam realitas kehidupan praktis masyarakat. Tentu, akibatnya akan fatal bila politik dibiarkan berjalan dengan menihilkan etika. Keadaban dan kesantunan menghilang, diganti keberingasan demi sekadar menggapai kemenangan. Politik tak lagi memiliki dimensi untuk menyejahterakan rakyat karena hanya dimaknai sempit demi memenangi kekuasaan. Politik diselewengkan dengan membenarkan segala cara untuk mencapai tujuan.

Dengan demikian, sangat jelas bahwa fungsi etika politik adalah untuk mengkritisi legitimasi politik secara rasional, objektif, dan argumentatif. Tugas etika politik bukan untuk mencampuri politik praktis, tetapi membantu agar masalah ideologis dapat dijalankan secara objektif. Etika politik sebagai patokan orientasi dan pandangan normatif bagi politisi untuk melaksanakan kekuasaan secara bermartabat. Penulis mencoba mengupas pemikiran al-Mawardi, seorang pemikir Muslim yang membahas tentang etika politik secara mendalam mengurai permasalahan politik yang dihadapi umat saat ini, agar terlahir politik Islam yang beretika dan bermartabat (Suseno, 1994: 2-3).

### **3. Etika Komunikasi Politik**

Manusia tidak dapat menghindari dari prinsip-prinsip etis, karena etika menjadi bagian terpenting dari perkembangan kehidupan manusia. Seiring bertambahnya usia, kode moral juga akan mengalami perubahan menuju ke

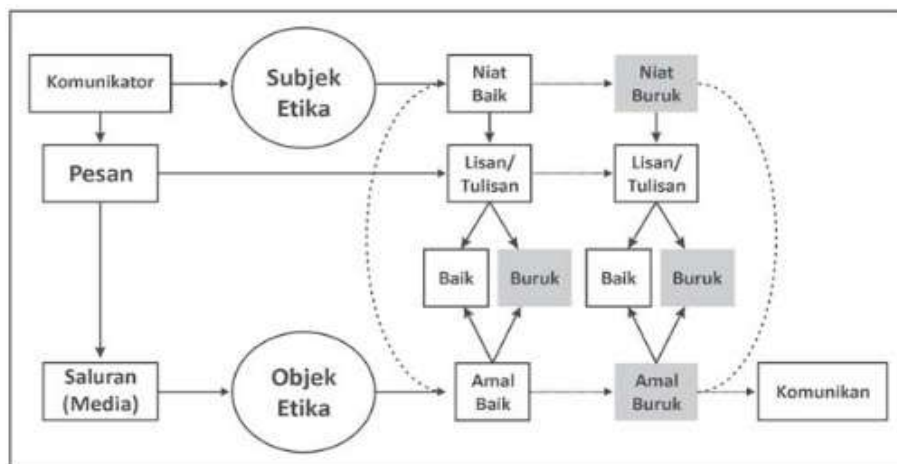
arah kedewasaan. Elaine Englehardt dalam *Media and Ethics: Principles for Moral Decisions* (2002) mengamati bahwa manusia tidak menciptakan sistem etikanya sendiri. Artinya, manusia selalu mengikuti kode budaya dan moralitas. Dari sudut pandang ilmu komunikasi, isu mengenai etika muncul ke permukaan ketika pesan-pesan memiliki kemungkinan untuk memengaruhi orang lain (Syahreza dan El-Yana, 2016: 183).

Dalam konteks komunikasi politik, berlaku hukum aksi-reaksi dan kausalitas dari komunikasi itu sendiri. Etika komunikasi politik dengan demikian harus tercermin dalam komponen-komponen proses komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran, komunikasi, efek, umpan balik dan *noise* (gangguan). Etika komunikasi politik akan tercermin dari niat atau tujuan tertentu yang diperankan oleh masing-masing pihak, terutama dari bagaimana politisi, jurnalis, dan aktivis berkomunikasi (Syahreza dan El-Yana, 2016: 186).

Etika komunikasi dalam politik merupakan tata nilai dalam berkomunikasi pada peristiwa politik. Masalah politik adalah aktivitas pada hierarki tertinggi dalam kehidupan sosial. Maka kajian ini akan fokus kepada komunikator politik, pesan politik dan saluran politik. Komunikator politik sebagai pelaku utama atau yang mengawali pembentukan pesan sampai dengan menggunakan saluran tertentu yang ditujukan kepada penerima pesan politik (khalayak politik). Masalah politik tidak saja terjadi secara linear (satu arah), atau interaksional sebatas adanya aksi-reaksi berupa umpan balik (*feedback*) saja, tapi terjadi suatu yang terus-menerus (transaksional). Secara transaksional terwujud dengan adanya 'pembicaraan yang krusial'.

Etika dalam komunikasi politik akan melihat lima hal (komponen) dari proses komunikasi, yaitu komunikator, pesan, saluran, komunikasi dan efek serta umpan baliknya (*feedback*). Tidak ada persoalan etik yang terjadi secara tak disengaja, seperti korupsi, perbuatan asusila, gratifikasi dan lain-lain. Proses komunikasi politik juga akan memberikan gambaran terkait apa yang sesungguhnya diperjuangkan oleh para elite politik: apakah mereka memperjuangkan kepentingan rakyat atau hanya kepentingan individu dan golongan. Atas dasar itu, komunikasi politik harus dilakukan dengan baik dan benar agar dapat dipahami, dimengerti, dan disepakati semua kalangan (Syahreza dan El-Yana, 2016: 187).

**GAMBAR 23. Objek Etika (Perbuatan)**



Sumber: Syahreza dan El-Yana (2016) hlm. 205.

Sulit untuk dimungkiri mengomunikasikan masalah politik pasti juga berkaitan dengan suatu setting situasi (pencitraan) sehingga akan sulit membedakan apakahniatnya baik atau tidak. Substansi dari komunikasi politik adalah bagaimanacara mengomunikasikan masalah politik oleh para aktor-aktor (komunikator politik) yang menjadi penentu arah kebijakan. Memperbaiki kualitas komunikasi politik supaya menjadi lebih baik harus berawal dari pemahaman atas etika dalam melakukan komunikasi politik (Syahreza dan El-Yana, 2016: 187). Ibnu Sina (980-1037), salah satu filsuf Islam terkemuka menegaskan bahwa seorang negarawan, politisi atau pemimpin harus mengarah atau merujuk pada sifat kenabian yang dapat dijadikan teladan dalam mewujudkan pemerintahan yang adil dan makmur. Gambar di atas memperlihatkan bagaimana sifat-sifat kenabian apabila dikaitkan dengan komunikasi politik dan komponen komunikasi (Syahreza dan El-Yana, 2016: 187):

1. Komunikator

Sebagai sumber pembawa pesan, komunikator harus mempunyai sifat jujur (*shiddiq*) baik itu kepada dirinya sendiri maupun terhadap orang lain. Antara niat, ucapan dan tindakan harus sesuai. Tidak menyampaikan pesan-pesan yang

direkayasa atau pesan palsu yang dapat merugikan kepentingan orang lain atau kepentingan umum.

## 2. Pesan

Pesan harus segera disampaikan (*tabligh*). Pesan adalah informasi yang bisa jadi berisi tugas (perintah/larangan) dalam bentuk verbal/nonverbal. Sebagaimana Nabi dan Rasul yang menyampaikan pesan Tuhan (wahyu) kepada manusia sebagai petunjuk yang benar (menyelamatkan) dan penyelamat dari jalan yang salah. Pesan adalah informasi yang harus disampaikan kepada yang berhak mengetahuinya. Dalam menjalankan tugas-tugas pokok pemerintahan, diperlukan partisipasi publik demi kepentingan publik itu sendiri. Dalam menggalang opini dan partisipasi publik diperlukan upaya komunikasi yang dapat membangun keselarasan visi agar tercapai keterpaduan di segala elemen bangsa. Agar pesan bisa diterima dengan baik dan dipercaya oleh publik, pesan harus berisi informasi yang memuat kebenaran (fakta) dan disampaikan secara etis. Pada kenyataannya, apa yang kita terima sebagai informasi seringkali sangat berbeda dengan realitas yang sesungguhnya (distorsi informasi). Distorsi informasi selanjutnya akan menimbulkan ketidakpercayaan publik. Dengan demikian, komunikasi politik mengharuskan penyajian informasi yang benar dan didukung data yang memadai. Kualitas informasi yang disampaikan sangat dipengaruhi oleh: (a) kebenaran (*reliability*); (b) ketepatan (*accuracy*), yaitu kesesuaian antara keadaan yang sebenarnya dengan yang dikomunikasikan; (c) konsistensi informasi yang sesungguhnya; (d) tingkat berlakunya (*validity*); (e) kemutakhirannya, yaitu sejauh mana informasi atau data yang disampaikan masih relevan; dan (f) kemurnian, yaitu tidak dikotori oleh informasi atau data yang tidak diperlukan.

## 3. Saluran (Media)

Pesan yang akan disampaikan adalah sesuatu yang harus dijaga dan tidak boleh diubah substansinya (amanah). Saluran adalah proses terjadinya transisi penyampaian pesan, penghubung antara komunikator yang telah membentuk pesan (*encode*) dengan komunikan yang akan menafsirkan pesan (*decode*). Tanpa saluran (media) pesan tidak akan sampai kekomunikan. Jadi, komunikator dapat dikatakan telah amanah (bisa dipercaya) jika pesan sampai kepada komunikan. Pada fase ini juga akan terlihat apakah pesan yang disampaikan kepada komunikan masih dalam kondisi asli (*original*) atau telah diubah sedemikian rupa.

Dalam konteks ini, komunikator disebut telah berkhianat jika ternyata mengubah isi pesan atau tidak menyampaikan pesan kepada komunikan. Jadi, potensi terjadinya pelanggaran (khianat) ada pada bagaimana saluran komunikasi digunakan. Saluran yang paling kuat adalah pertemuan tatap muka (*face to face*) di mana semua pesan baik verbal maupun nonverbal dapat disampaikan atau diterima secara utuh. Dengan intensitas atau frekuensi pertemuan yang terus bertambah, otomatis komunikator akan memengaruhi komunikan dengan berbagai pendekatan. Dalam konteks komunikasi antarpribadi, proses komunikasi belum tentu berakhir dengan kedekatan hubungan (semakin dekat/ akrab) karena adanya pandangan, ideologi dan kepentingan yang berbeda. Jika berkaitan dengan kepentingan negara, pertemuan tatap muka juga perlu dilakukan secara transparan, tidak sembunyi-sembunyi seperti di rumah, hotel dan tempat-tempat lainnya karena berpotensi menimbulkan pemufakatan jahat yang berujung pada pelanggaran hukum (suap-menyuap, korupsi, gratifikasi, dan seterusnya).

Saluran bermedia (media massa), baik media visual (cetak), audio (radio) dan audiovisual (televisi) terkadang menjadi alat yang dapat merekayasa pesan, terutama pesan yang terkesan 'seolah-olah' peduli. Media massa juga sering kali digunakan sebagai media propaganda politik, misalnya untuk pencitraan atau membunuh karakter lawan politik dengan menyebarkan isu-isu tertentu. Di era digital sekarang ini dan seiring bermunculannya berbagai media sosial, rekayasa informasi menjadi semakin mungkin dilakukan dalam berbagai bentuk. Bagaimana pun juga, mediasosial telah menjadi kanal baru bagi para politisi untuk menyebarkan gagasan dan ide (publisitas), sosialisasi, sarana sindiran dan bahkan curahan hati (curhat) politik. Orang yang amanah adalah orang (pemimpin) yang dapat dipercaya dan mampu menjaga dirinya dari perbuatan keji (fitnah, adu domba, dan lain-lain). Lawan amanah adalah khianat atau menyalahi perintah. Amanah kekuasaan adalah amanah dari Tuhan dan kepercayaan dari rakyat. Dengan demikian, pelanggaran atau penyimpangan yang dilakukan seorang pemimpin sama artinya dengan berkhianat kepada Tuhan dan rakyat.

#### 4. Khalayak

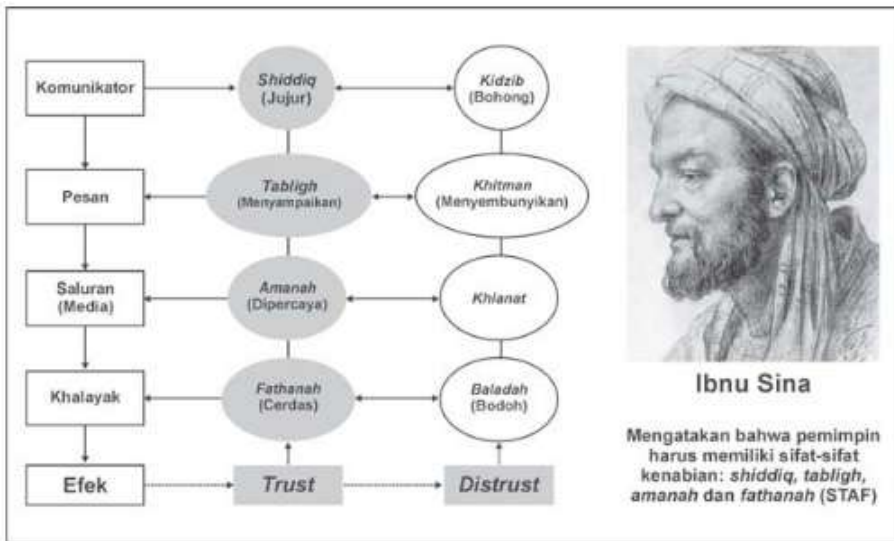
Kesejahteraan masyarakat bergantung sepenuhnya pada keadilan dan kebijaksanaan pemimpinnya. Kecerdasan masyarakat adalah cerminan dari perilaku pemimpinnya yang juga baik. Pemimpin akan menjadi contoh bagi masyarakatnya. Apabila masyarakat selalu disuguhi beritakorupsi yang dilakukan

pemimpinnya, akan timbul sikap apatis dalam diri masyarakat; hal ini misalnya bisa dilihat dari angka golput yang cukup tinggi pada pemilihan umum (pemilu) 2014 dan pemilihan kepala daerah (pilkada) serentak pada 2015 lalu.

5. Efek

Efek ialah dampak atau akibat dari suatu sebab. Dampak yang positif, mulai dari pengetahuan (kognitif), perasaan (afektif) sampai dukungan (konatif) akan dirasakan jika penyebabnya (aktor politik) juga berbuat positif, misalnya bekerja tidak demi kepentingan kelompoknya sendiri. Sebaliknya, dampak negatif akan dirasakan jika penyebabnya berbuat negatif.

**GAMBAR 24. Model Etika Komunikasi Ibnu Sina**



Sumber: Syahreza dan El-Yana (2016) hlm. 198.

Ditelisik dari dimensi politik, menurut Haryatmoko (2005: 368-370) setidaknya terdapat tiga dimensi etika politik yang harus dipenuhi dalam konteks implementasi etika komunikasi politik. Pertama, tujuan politik; kedua, menyangkut masalah pilihan sarana; ketiga, terkait dengan aksi politik. Yang terakhir ini langsung terkait dengan perilaku politikus.

Dimensi tujuan terumuskan dalam upaya mencapai kesejahteraan masyarakat dan hidup damai yang didasarkan pada kebebasan dan keadilan. Keprihatinan utama ialah upaya penerapan kebijakan umum (*policy*) dalam manajemen publik. Dalam negara demokratis, pemerintah memiliki komitmen terhadap penyelenggaraan negara dan bertanggung-jawab atas komitmen tersebut: kesejahteraan masyarakat dan hidup damai. Menghadapi masalah-masalah negara, kebijakan umum pemerintah harus terumuskan secara jelas dalam hal prioritas, program, metode dan pendasaran filosofisnya. Lalu menjadi transparan apa yang harus dipertanggungjawabkan kepada masyarakat melalui saluran-saluran media komunikasi politik yang ada.

Atas dasar kebijakan umum ini kelompok-kelompok masyarakat bisa membuat evaluasi pelaksanaan, kinerja pemerintah dan menuntut pertanggungjawaban. Kejelasan tujuan yang terumus dalam kebijakan publik akan menunjukkan ketajaman visi seorang pemimpin dan kepedulian partai politik selaku aktor politik sekaligus komunikator politik terhadap penyerapan aspirasi masyarakat yang menjadi tanggung jawab konstitusionalnya. Dimensi moral dan etik politiknya terletak pada kemampuan para elite politik penyelenggara fungsi kekuasaan negara untuk menentukan arah yang jelas terkait kebijakan umum dan akuntabilitasnya.

Dimensi etika politik kedua adalah sarana yang memungkinkan pencapaian tujuan (*polity*). Dimensi ini meliputi sistem dan prinsip-prinsip dasar pengorganisasian praktik penyelenggaraan negara. Hal yang terakhir ini akan ikut menentukan pengaturan perilaku masyarakat dalam menghadapi masalah-masalah dasar (seperti kebebasan, keadilan, dan demokrasi). Pola-pola tersebut mengandung imperatif normatif yang disertai sanksi. Dimensi moral pada tingkat sarana ini terletak pada peran etika dalam menguji dan mengkritisi legitimasi keputusan politik dari institusi kekuasaan dan praktek-praktek politik kekuasaan.

Dimensi ketiga etika politik adalah aksi politik (*politics*). Dalam dimensi etika ketiga ini pelaku memegang peran sebagai yang menentukan rasionalitas politik. Rasionalitas politik terdiri dari rasionalitas tindakan dan keutamaan (kualitas moral pelaku). Tindakan politik disebut rasional bila pelaku memiliki orientasi situasi dan paham permasalahan. Situasi ini mengandaikan kemampuan mempersepsi kepentingan-kepentingan yang dipertaruhkan berdasarkan peta kekuatan politik yang ada. Disposisi kekuasaan ini membantu untuk memperhitungkan kemampuan dan dampak aksi politiknya. Menghindari kekerasan menjadi



imperatif moral (ungkapan hormat terhadap martabat manusia), maka penguasaan manajemen konflik adalah syarat aksi politik yang etis.

### C. HAKEKAT MANUSIA, BAHASA, DAN SIMBOL-SIMBOL KEKUASAAN

Manusia secara kodrat, adalah pengguna dan pembentuk simbol-simbol komunikasi, baik secara sadar maupun secara tidak sadar. Hal ini refleksi dari kodrat manusia sebagai makhluk yang hidup dengan manusia lain. Sebagai pengguna simbol, kita dapat merujuk pada pandangan Ernst Cassirer (1874-1945), yang menyebut manusia sebagai *animal symbolicum* dalam *An Essay on Mann* (1944). Menurut Cassirer, manusia sebagai *animal symbolicum* memiliki cakupan yang lebih luas dari *homo sapiens* atau manusia sebagai makhluk berpikir. *Homo sapiens* memiliki posisi lebih rendah dari *animal symbolicum*. Keunikan manusia sesungguhnya bukan semat terletak pada kemampuan berpikirnya, namun pada penggunaan simbol sebagai refleksi dari kemampuan berpikir rasional manusia dalam wujud bahasa. Tanpa bahasa (tulisan), mustahil seluruh aktivitas manusia dapat dilakukan secara sistematis. Tanpa bahasa (tulisan), manusia akan kehilangan kemampuannya untuk mewariskan nilai-nilai, norma, etika, dan budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya (Suriasumantri, 1982: 171).

Filsuf Adolfus Huxley (1894-1963) mengatakan, tanpa bahasa tulisan, manusia tidak berbeda hewan. Dengan bahasa tulisan, manusia dapat berpikir rumit dan mampu mengkomunikasikan pengetahuannya kepada orang lain. Dengan bahasa, manusia dapat berpikir secara abstrak dan nyata. Musik dapat disebutkan sebagai salah satu bentuk bahasa manusia di mana emosi terbebas dari informasi. Fungsi simbolik dari bahasa menonjolkan komunikasi ilmiah, sedangkan fungsi emotif menonjolkan komunikasi estetis (Suriasumantri, 1982: 169).

Penggunaan simbol atau lambang di atas merupakan ungkapan ekspresi perasaan dalam pikiran manusia yang penting untuk berlanjutnya proses interaksi. Karena komunikasi adalah sesuatu yang inheren, selalu ada dan tidak dapat terpisah dari diri individu sedangkan komunikasi sendiri merupakan proses pentransmisi dan pemaknaan simbol, maka manusia dapat disebut sebagai *homo symbolicum*, makhluk bersimbol. Perilaku kita -disadari atau tidak, disengaja atau tidak- berpotensi menghasilkan simbol-simbol yang mengandung makna tertentu bagi orang lain. Simbol adalah produk berpikir. Berpikir dapat diartikan sebagai proses menyusun dan memaknai pesan. Artinya,

saat kita menyusun pesan maupun memaknai pesan, sebenarnya kita memilih dan menyusun sedemikian rupa simbol-simbol tertentu (Kriyantono, 2014).

Kegiatan berpikir inilah yang membedakan manusia dengan hewan. Karena itu, sering juga disebut bahwa manusia adalah *animal symbolicum*. Yang membedakan manusia dengan hewan adalah karena manusia menggunakan simbol-simbol untuk memenuhi kebutuhan, berinteraksi, berkomunikasi, dan mengatur perilaku individual dan sosialnya. Di sisi lain, sebagai wujud interaksi dan komunikasi, simbol digunakan manusia untuk mengekang sifat hewannya, misalnya melalui simbol budaya, norma sosial, hukum maupun moralitas (Kriyantono, 2014).

Lalu, bagaimana kita melihat keterkaitan makna dan simbol dalam proses interaksi sosial jika dilihat pada sudut pandang komunikasi? Simbol adalah objek, kejadian, bunyi bicara, atau bentuk-bentuk tertulis yang diberi makna oleh manusia. Bentuk primer dari simbolisasi manusia adalah melalui bahasa. Tetapi manusia juga berkomunikasi dengan menggunakan tanda dan simbol dalam bentuk tarian, lukisan, musik, arsitektur dan lain sebagainya.

Dalam perspektif Antropologi, istilah simbol sudah semenjak lama dinyatakan baik secara eksplisit maupun implisit. Edward Burnett Tylor (1832-1917) dalam *Primitive Culture: Researches into the development of Mythology, Philosophy, Religion, Art and Custom* (1871) menulis bahwa kekuatan penggunaan kata-kata sebagai tanda untuk mengekspresikan pemikiran, yang dengan ekspresi itu bunyi tidak secara langsung menghubungkannya, sebenarnya sebagai simbol-simbol arbiter adalah tingkat kemampuan khusus manusia yang tertinggi dalam bahasa, yang kehadirannya mengikat bersama semua ras manusia dalam kesatuan mental yang substansial (Haris dan Amalia, 2018: 16-17).

Leslie White (1900-1975) dalam *Evolution of Culture* (1959) menulis, bahwa manusia sebagai spesies yang mampu menggunakan simbol. Kondisi ini secara antropologis menunjukkan tentang pentingnya konteks budaya dimana manusia menggunakan makna-makna simbolik dalam mendefinisikan realitas kehidupan sosialnya. Di sisi lain, Cassirer juga menunjukkan bahwa tanpa suatu kompleks simbol, pikiran relasional tidak akan mungkin terjadi. Manusia pada hakekatnya adalah *species* yang memiliki kemampuan untuk mengisolasi hubungan-hubungan dan mengembangkannya dalam makna abstrak (Saifuddin, 2005).

Berbeda halnya dengan pendapat Umberto Eco (1932-2016) dalam *A Theory of Semiotics* (1975). Eco menyebutkan bahwa semiotika merupakan

sebuah disiplin yang mempelajari segala sesuatu yang dapat digunakan untuk berdusta (*lie*). Definisi Eco ini—meskipun mungkin sangat kontroversial bagi banyak orang—secara eksplisit menjelaskan betapa sentralnya konsep dusta di dalam wacana semiotika, sehingga dusta tampaknya menjadi prinsip utama semiotika itu sendiri. Eco mengemukakan bahwa (Piliang, 2012: 44-45):

“Bila sesuatu tidak dapat digunakan untuk mengungkapkan dusta, maka sebaliknya ia tidak dapat pula digunakan untuk mengungkapkan kebenaran: ia pada kenyataannya tidak dapat digunakan untuk mengungkapkan apa-apa. Saya pikir definisi teori kedutaan adalah sudah sepatasnya diterima sebagai program komprehensif untuk semiotika umum.”

Meskipun demikian, menurut Piliang (2012: 45), secara implisit dalam definisi Eco di atas adalah bahwa bila semiotika adalah sebuah kedutaan, maka ia sekaligus adalah teori kebenaran. Sebab bila sebuah tanda tidak dapat digunakan untuk mengungkapkan kebenaran, maka ia tidak dapat pula digunakan untuk mengungkapkan kedutaan.

Dari persepektif sosiologi, pandangan interaksionisme simbolik sebagai perspektif sosiologi definisi sosial dapat kita sebagai teori yang memberi kontribusi besar terhadap simbol sebagai alat komunikasi yang digunakan manusia, yang ditandai dengan berbagai tulisan dari beberapa sosiolog ternama seperti Charles Sanders Peirce (1839-1914), William James (1842-1910), dan John Dewey (1859-1952). Interaksionisme simbolik lahir ketika diaplikasikan ke dalam studi kehidupan sosial oleh para ahli sosiologi seperti Charles Horton Cooley (1864-1929), William Isaac Thomas (1863-1947), dan George Herbert Mead (1863-1931). Dari sekian banyak ahli sosiologi yang menerapkan interaksionisme simbolik, Mead-lah yang secara khusus melakukan sistematisasi terhadap perspektif interaksionisme simbolik (Haris dan Amalia, 2018: 17-18).

Dalam karyanya: *Mind, Self, and Society* (1934), Mead menjelaskan bahwa manusia termotivasi untuk bertindak berdasarkan pemaknaan yang mereka berikan kepada orang lain, termasuk pada benda dan kejadian. Pemaknaan ini diciptakan melalui bahasa yang digunakan oleh manusia ketika ia berkomunikasi dengan pihak lain, yakni dalam konteks komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal; dan komunikasi intrapribadi atau *self-talk* atau dalam ranah pemikiran pribadi mereka. Bahasa sebagai alat komunikasi memungkinkan manusia mengembangkan *sense of self* dan untuk berinteraksi dengan pihak lain

dalam suatu masyarakat.

Dalam konteks kekuasaan sebagai simbol, bahasa diyakni memiliki peranan penting dalam mengonstruksi nilai, menyelubungi pesan, atau sarana lingual untuk mempertahankan kekuasaan. Relasi bahasa dan kekuasaan telah ada berabad yang lalu. Bahasa tidak hanya mencerminkan status sosial dan identitas budaya belaka, akan tetapi lebih dari itu, bahasa digunakan sebagai simbol mempertahankan kekuasaan. Para pemimpin dunia menggunakan pidato sebagai alat untuk melegitimasi kekuasaan. Hal ini terlihat dari susunan kalimat dan cara mereka memainkan isu dalam rangkaian pidatonya. Sebagaimana hal tersebut dilakukan oleh presiden, pemimpin negara atau pun seorang raja. Kekuasaan membutuhkan cara tersendiri untuk mempertahankan legitimasinya. Sehingga bahasa dipandang dapat digunakan sebagai alat sekaligus simbol mempertahankan kekuasaan (Sofyan, 2014: 75).

Sebagaimana kekuasaan di masa lalu, bahasa menjadi bagian penting dalam membedakan dominasi kekuasaan. Dominasi kekuasaan ini nampak pada penggunaan bahasa tertentu dalam mengukuhkan status kekuasaan atas bangsa atau penguasa dalam lingkup sosial. Sehingga terjadi pembentukan persepsi mengenai penggunaan bahasa sebagai simbol pembeda kekuasaan dalam lingkup kehidupan sosial. Hal ini dilakukan untuk membedakan kekuasaan kaum bangsawan atau kaum intelektual dengan masyarakat biasa. Bahasa bukan sekedar sebagai alat perekat komunikasi, namun lebih dari itu, bahasa adalah alat legitimasi kekuasaan. Bahasa mampu menjadi alat efektif dalam pembentukan kekuasaan, utamanya di- gunakan dalam menandai dominasi kaum dominan di dalam kekuasaan (Sofyan, 2014: 76).

Sejarah mengenai penggunaan bahasa sebagai alat untuk menandai kekuasaan salah satunya dapat diruntut dari penggunaan bahasa sopan dalam suku Jawa. Penggunaan bahasa sopan menegaskan dominasi kaum bangsawan terhadap rakyat jelata dapat dilihat dari catatan-catatan yang disampaikan oleh Thomas Stamford Rafles dalam *The History of Java* (1817) mengatakan (Rafels, 2008: 259):

“Tidak ada gambaran dalam bahasa yang lebih pantas untuk dilihat, daripada perbedaan dialek, atau perbedaan antara bahasa sehari-hari, dan apa yang disebut sebagai bahasa sopan atau bahasa kehormatan. Batas yang digariskan dalam bahasa Jawa sangat jelas, antara kelas sosial yang tinggi dan yang rendah, yang tidak ada catatan untuk siapa pun, dari golongan apapun, diizinkan untuk berbicara dengan atasannya dalam bahasa daerah atau bahasa

sehari-hari. Bahasa sehari-hari tersebut digunakan oleh orang-orang yang lebih rendah dan tidak berpendidikan, dimana kelas masyarakat yang lebih tinggi tidak mengenalnya.”

Penggunaan bahasa sebagai simbol untuk mempertahankan kekuasaan menandakan bahwa bahasa tak hanya menjadi modal sosial, namun juga modal politik, yang menentukan kapasitas seseorang dalam ranah kehidupan sosial, utamanya di ranah kehidupan politik. Sebagaimana ilustrasi yang digambarkan oleh Thomas Stamford Raffles di atas, penggunaan bahasa sebagai cara untuk memperoleh keuntungan politik, sosial, ekonomi juga digunakan para penganut mazhab sofisme. Hal ini sesuai dengan penjelasan mengenai penggunaan bahasa sebagai modal sosial kekuasaan oleh penganut mazhab tersebut. Pernyataan ini disampaikan oleh Muridan S. Widjojo dan Mashudi Noorsalim (2004) bahwa:

“Secara historis, keberadaan bahasa sebagai alat untuk mempengaruhi seseorang/kelompok telah muncul sejak jaman Yunani (5 abad sebelum masehi). Mazhab Soffisme telah memanfaatkan bahasa sebagai cara untuk memperoleh keuntungan sosial, politik dan ekonomi. Pada saat itu muncul kesadaran bahwa kepandaian berbahasa dapat dipandang sebagai modal sosial seseorang untuk menentukan status sosialnya dalam masyarakat. Semakin tinggi kemampuan berbahasa seseorang semakin tinggi penghargaan masyarakat terhadapnya. Kemampuan bahasa disamakan dengan kemampuan intelektual seseorang, pada akhirnya berpengaruh besar pada kekuasaan yang akan dimilikinya.”

Dalam *Language and Symbolic Power* (2007), sosiolog kritis asal Prancis, Pierre Bourdieu (1930-2002) memberikan pemahaman kepada kita mengenai kebudayaan, status dan kehormatan dan manfaat bahasa. Ia mengatakan bahwa (Jenkins, 2010: 98):

“Status sosial meliputi praksis yang menekankan dan menunjukkan kehormatan dan perbedaan budaya yang merupakan ciri krusial dari semua stratifikasi sosial. Status bisa saja dikonsepsikan sebagai gaya hidup, yaitu sebagai totalitas praktik kultural seperti pakaian, turunan dan watak badani. Sementara status berkaitan dengan penghargaan politis dan lokasi legal di dalam masyarakat sipil. Status juga termasuk dalam beberapa aspek, merupakan suatu gaya”

Dalam analisis sosiologisnya, Bourdieu adalah mengenai empat bentuk perbedaan kapital. Tidak hanya kapital ekonomi dalam makna kaku (seperti

contoh bentuk kemakmuran, uang, kekayaan), namun juga kapital budaya (seperti keahlian, dan kepintaran), kapital sosial (jaringan, hubungan bisnis, hubungan sosial dalam masyarakat), dan juga kapital simbolik (seperti kebanggaan, prestis) (Bourdieu, 2007: 109). Kepemilikan keempat kapital ini tentu saja memberikan pengaruh pada habitus seseorang. Anak seorang professor (yang orang tuanya memiliki kapital budaya yang tinggi) tentu memiliki habitus yang berbeda dengan anak seorang pedagang kaki lima (hanya sedikit memiliki kapital budaya).

Pemilihan diksi ketika berkomunikasi dalam masyarakat (*langue*) akan menunjukkan diferensiasi di antara kedua anak itu. Menurut Bourdeieu, tidak cukup berbekal kapital saja untuk dapat memaksimalkan komunikasi dalam arena, namun juga penting melihat strategi penempatan. Strategi penempatan adalah maksimalisasi fungsi kapital yang dimiliki pada sebuah arena sosial tertentu dalam waktu yang tepat. Arena adalah konsep tentang dunia sosial, sebagai bentuk 'bagian kecil' dunia sosial, penuh mufakat yang bekerja secara otonom dengan hukumnya sendiri (seperti arena politik, ekonomi, sosial, seni, agama, dan sebagainya) (Bourdieu, 2007: 163).

Menurut Bourdieu, dari keempat jenis kapital yang dimiliki oleh manusia, kapital ekonomi merupakan yang paling mudah dikonversikan dalam bentuk lain, sedangkan kapital simbolik adalah yang paling mulia. Kapital simbolik menghasilkan kekuasaan simbolik disaat orang tidak merasa keberatan untuk masuk dalam dominasi simbolik. Kekerasan simbolik dapat berjalan karena adanya mekanisme kekerasan simbolik melalui dua cara, yaitu eufimisme dan sensorisme (Bourdieu, 2007: 145). Eufimisme adalah kondisi dimana kekerasan simbolik tidak tampak, bekerja secara halus, dan tidak dapat dikenali, sedangkan sensorisme menjadikan kekerasan simbolik sebagai bentuk pelestarian semua nilai yang dianggal 'moral kehormatan.'

Bourdieu melihat disinilah letak inti hubungan bahasa dan mekanisme kekuasaan simbolik yang berlangsung dalam kehidupan. Pada kehidupan sehari-hari kekuasaan simbolik jarang nampak dalam bentuk kekuatan mencirikan fisik, namun lebih pada bentuk simbolik; dan karenanya komunikasi menjadi sebuah arena strategis. Hal ini mencirikan bentuk legitimasi yang tidak dimiliki oleh semua orang, yang mengekspresikan bahwa kekuasaan simbolik adalah 'kekuasaan yang tidak nampak' (*invisible power*) (Ningtyas, 2015: 155-156).

Pemanfaatan bahasa sebagai simbol untuk mempertahankan kekuasaan dapat dilihat dari penggunaan bahasa oleh para aktor pemegang kekuasaan

dalam mengendalikan jalannya kekuasaan. Bahasa bisa digunakan sebagai alat untuk pengalihan isu-isu yang dianggap atau berpotensi membahayakan penguasa atau kekuasaan. Hal ini dapat dilihat dari cara politisi dalam membenarkan keputusan terhadap suatu kebijakan yang telah diambil. Sekali pun kebijakan tersebut kontroversial dan merugikan kepentingan, namun pembenaran melalui bahasa (argumentasi, *lobby*, diskusi, sosialisasi, intimidasi, marginalisasi) atas kasus kebijakan yang kontroversial itu dapat diredam atau dipinggirkan melalui praktik bahasa.

Sebagai pengendali pikiran dan kesopanan politik, bahasa politik digambarkan George Orwell dalam *Nineteen Eighty-Four* (1984) sebagai berikut (Thomas dan Wareing, 2007: 63):

“Bahasa politik sebagian besar terdiri dari *eufimisme*, pendapat-pendapat yang patut dipertanyakan dan ungkapan-ungkapan yang tidak jelas. Bahasa dari kalangan politik dan ini mencakup semua partai politik mulai dari kaum konservatif sampai anarkis dirancang untuk membuat dusta kedengarannya benar dan membuat pembunuhan kedengarannya mulia, serta membuat omong kosong kedengarannya meyakinkan.”

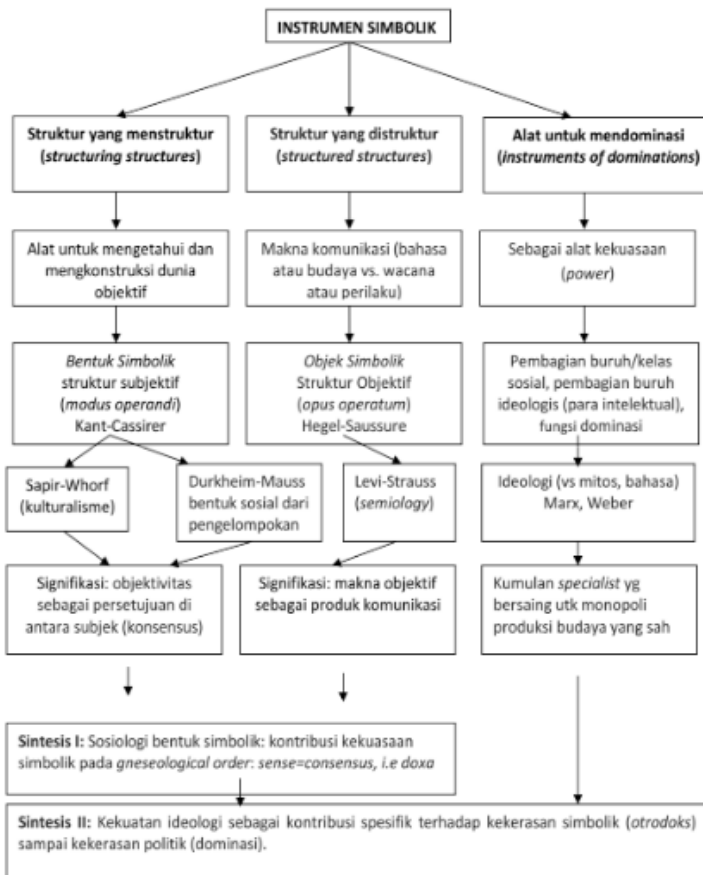
Pernyataan Orwell di atas memberikan pemahaman mengenai penggunaan bahasa dikalangan politisi atau pemegang kekuasaan dalam membenarkan kebijakannya. Bahasa digunakan sebagai simbol untuk membenarkan perkara yang tidak benar atau dusta sehingga dikatakan sebagai perkara yang benar. Bahasa politik sebagai alat mempertahankan kekuasaan dikonstruksikan dengan cara kedustaan. Dusta melalui eksploitasi simbol kebahasaan ini dijadikan sarana yang ampuh untuk melanggengkan dan mempertahankan kekuasaan. Inilah salah satu kritik ideologi Orwell, refleksi kirits terhadap struktur kekuasaan yang bekerja membangun logika-logika politik melalui instrumentasi bahasa dalam kehidupan masyarakat yang didominasinya (Ahmad, 2019).

Fakta relasi atas penggunaan bahasa dengan simbol kekuasaan juga dipertegas oleh Bourdieu sebagai berikut (Jenkins, 2010: 238):

“Relasi kebahasaan selalu merupakan relasi kekuasaan sehingga tidak dapat dijelaskan dalam konteks analisis linguistik saja. Bahkan pertukaran linguistik paling sederhana dimainkan dalam jaring relasi kekuasaan historis yang kompleks dan menjerat yang melibatkan penutur, yang didukung oleh otoritas sosial, dan audiens, yang mengakui otoritas tersebut dengan berbagai derajat, maupun antara kelompok dimana mereka menjadi bagian darinya.”

Pernyataan Bourdieu merupakan bukti bahwa bahasa harus dipahami bagian penting dari simbol-simbol kekuasaan. Artinya, sistem dan praktik kebahasaan dalam struktur sosial mengandung rangkaian/hubungan/relasi kekuasaan yang tidak dapat dipisahkan. Lebih lanjut jika peneliti melihat dari proses pembentukan bangsa, khususnya bahasa dalam strata sosial suku Jawa misalnya. Proses pembentukan bahasa tersebut menghasilkan pasar-pasar linguistik yang menyatu, dimana harga dan keuntungan pertemuan antara produksi dan penerimaan. Konteks ini menurut peneliti merupakan arti dari perbedaan sosial, khususnya perbedaan status sosial antara kaum bangsawan (kelas dominan) dengan rakyat biasa (kelas subordinan).

**GAMBAR 25. Relasi Bahasa dan Kekuasaan Menurut Bourdieu**



Sumber: Bourdieu (1991) hlm. 165.



Bahasa berdampak besar dalam arena kapital, baik sebagai modal sosial maupun modal politik. Bahasa sungguh telah menjadi sarana legitimasi baru kelas dominan merupakan modal yang memproduksi nalar kehormatan bagi penutur. Dalam konteks ini, seperti telah dijelaskan di atas mengenai bahasa sopan dalam suku Jawa yang menjadi modal sosial bagi kaum *priyayi* atau bangsawan dalam memproduksi nalar kehormatan. Sehingga bahasa sopan dimaknai sebagai bahasa kaum bangsawan, kaum cendikia (cerdik pandai) yang memegang tampu kekuasaan dalam status legitimasi dalam tatanan sosial budaya masyarakat Jawa. Semakin orang menggunakan bahasa sopan dalam dialektikanya menandakan ia sebagai cendikia ataupun penguasa yang mempunyai kekuasaan pada masa lalu.

#### **D. KOMUNIKASI POLITIK SEBAGAI SIMBOL**

McQuail (1992) mendefinisikan komunikasi politik sebagai semua proses penyampaian, pertukaran, dan pencarian informasi—termasuk fakta, pendapat-pendapat, keyakinan-keyakinan, simbol-simbol politik, dan seterusnya, yang dilakukan oleh para partisipan dalam konteks kegiatan politik yang lebih bersifat melembaga (Pawito, 2009: 2). Brian McNair (2003: 3) mengidentifikasi komunikasi politik sebagai: (1) Semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh aktor-aktor politik untuk mencapai tujuan khusus; (2) komunikasi yang ditujukan pada aktor-aktor politik oleh golongan non-politisi seperti pemilih dan kolumnis surat kabar; dan (3) komunikasi tentang politisi dan aktivitasnya seperti yang terdapat di laporan beritadan editorial media massa serta bentuk-bentuk diskusi lain tentang politik.

Seperti diwartakan oleh Dan Nimmo (2000), aktivitas komunikasi politik dalam dinamika kehidupan politik dilakukan oleh berbagai pihak, diantaranya adalah para politisi, profesional, aktivis, dan jurnalis dengan menggunakan beragam simbol dan kode. Simbol dan kode tersebut diformulasi dalam konteks interaksi di antara para elit dan publik. Mereka menandai (*encoding*) kepentingan dan tuntutan politik dalam konteks budaya yang beragam dan berlapis.

Einstein dalam teori relativisme juga membahas tentang signifikansi simbol: bahwa manusia pada dasarnya adalah pengguna simbol. Hidup manusia dipengaruhi oleh simbol-simbol atau lambang-lambang. Simbol pada hakikatnya mewakili realitas atau mewakili abstraksi-abstraksi yang tidak dapat dipersonifikasikan dalam alam pikiran dan perasaan. Simbol adalah mediator antara individu, kelompok, etnis kultur, bangsa dengan yang lainnya. Atau dapat pula dinyatakan bahwa simbol

menghubungkan antara *micro cosmos* dengan *macro cosmos*. Dengan simbol tersebut, maka hambatan-hambatan *geo cosmos* dapat diatasi, bahkan lebih dari itu, peristiwa di berbagai belahan bumi dapat diketahui dan dapat dipantau. Lahirnya simbol-simbol tersebut pada hakikatnya sebagai produk kontrak simbol antar etnis budaya (Soemarno, 2014: 7):

Sejarah mencatat bahwa simbol lahir mengikuti kehadiran umat manusia. Semakin manusia maju dan berkembang, semakin kompleks pula simbol yang digunakan. Manusia mulai menggunakan simbol-simbol komunikasi dalam pola-pola kehidupan bersama. Manusia yang tergabung dalam pola kehidupan, mempunyai simbol-simbol khusus atau tertentu, yang hanya dipahami oleh kelompok bersangkutan. Simbol dapat dikategorikan ke dalam beberapa hal yaitu: (1) bahasa, baik dalam arti lisan maupun tulisan; (2) gambar-gambar; (3) isyarat-isyarat; dan (4) gerak-gerak dan raut muka (seperti *gimmick*, *mimic*, atau *gesture*) (Soemarno, 2014: 5-6).

Menurut Yunas (2016), simbol dalam komunikasi politik selalu terkait dengan simbol-simbol kekuasaan dalam struktur kekuasaan dan dalam infrastruktur kekuasaan. Simbol dalam konteks komunikasi politik berkaitan dengan kemunculan sejumlah fenomena penggunaan simbol yang mengandung sebuah makna maupun pesan tersendiri yang ingin disampaikan oleh elite politik, aktor politik, atau komunikator politik pembuat simbol kepada publik (khalayak). Pesan maupun makna yang ingin disampaikan dalam simbol tentunya memiliki kekuatan untuk mengkonstruksi realitas bagi siapa saja yang melihat maupun mencerna simbol-simbol tersebut. Dalam kehidupan politik, eksistensi simbol tidak dapat dilepaskan dari dinamika kehidupan politik mengingat kekuatan simbol yang luar biasa dalam menciptakan realitas, teks berita, wacana, dan produksi simbolik lainnya (gambar, lambang, tanda atau kode) yang secara politis berupaya mengubah persepsi, opini, tingkah laku, bahkan pilihan politik publik.

Sementara menurut Halik (2017: 1-2), komunikasi politik merupakan aktivitas pendistribusian nilai-nilai dan penyampaian simbol-simbol politik. Bentuk hubungan antara komunikasi dan politik tampak pada penyajian makna bagi ide-ide politik, mendefinisikan kedudukan dan fungsi lembaga kekuasaan negara, dan mempromosikan citra kepemimpinan. Format dan substansi simbol-simbol politik tersebut juga variataif. Munculnya kecenderungan baru untuk melihat fenomena dan aktivitas komunikasi politik dari sudut pandang interpretif dan simbol non-bahasa menunjukkan semakin berkembangnya bidang komunikasi politik.

Perbedaan simbol sebagai faktor penyebab berlangsungnya tukar menukar simbol tidak lagi berlingkar pada skala kecil, namun telah melebar kepada skala yang lebih besar dan lebih luas. Secara krusial simbol-simbol tersebut, telah berkembang ke dalam norma-norma tertentu yang diwarnai oleh konsep-konsep pemikiran berbeda misalnya ideologi, yaitu pemikiran yang didasari pada nilai-nilai (*value*) tertentu. Simbol-simbol komunikasi yang berada dalam lingkup ideologi telah memiliki karakter pembeda, artinya telah memiliki kecenderungan atau *a priori*. Sebagai contoh, persepsi-persepsi yang disebut partai politik atau dalam terminologi komunikasi disebut *monomorphic* dan partai itu sendiri disebut *homophily* (Soemarno, 2014: 6).

Pada tahapan ini, individu yang mengikatkan dirinya pada partai dapat dikategorikan ke dalam empat tipe (Soemarno, 2014: 6).

1. Individu yang mengikat diri pada partai adalah untuk mengaktualisasikan dirinya dalam memenuhi kepentingan yang hendak dicapai. Partai dijadikan alat atau mekanisme untuk mempercepat tercapainya kepentingan tersebut. Simbol-simbol komunikasi diciptakan untuk mendapat dukungan dan kepercayaan orang lain.
2. Dengan memasuki atau menjadi anggota partai akan merasa aman dari tindakan dan sikap perilaku orang lain pada dirinya, atau partai sebagai instrumen untuk meningkatkan status sosial.
3. Individu yang betul-betul ingin memperbaiki situasi untuk kepentingan bersama, sehingga orientasi berpikirnya lebih pada kepentingan masyarakat, bahkan untuk kepentingan nusa dan bangsa. Untuk mewujudkan cita-cita tersebut, individu mulai memasuki simbol-simbol komunikasi yang menjadi isu sentral dan isu perbaikan yang mendasar. Berbeda dengan kedua tipe tersebut di atas, maka pada tahapan ketiga ini, adalah untuk mencapai harapan individu dan individu mulai mendekatkan diri pada sumber-sumber kekuasaan.
4. Dari ketiga macam tipe tersebut di atas, maka tipe *keempat* memberi isyarat bahwa individu masuk dalam partai hanya terbawa arus dan tidak menghayati maksud tujuan partai. Komunikasi politik tidak diinterpretasikan ke dalam kepentingan mereka.

Hal ini mengandung makna setiap kepentingan tidak mungkin dapat terpenuhi apabila tidak ditransformasikan melalui lambang-lambang komunikasi. Karena secara filosofis, lambang-lambang komunikasi selalu menyertai

kehidupan manusia baik secara individu, kelompok, masyarakat maupun secara organisasi atau partai politik. Oleh sebab itu, simbol-simbol yang muncul pada komunikasi politik sangat beragam, bahkan terus berkembang mengikuti dinamika kehidupan masyarakat negara. Hakikat simbol bagi suatu kelompok atau suatu organisasi merupakan personifikasi dari perilaku organisasi. Bahkan mewakili ungkapan pikiran, pendapat dan perasaan. Sebagaimana halnya manusia, organisasi pada hakikatnya adalah komunitas manusia, sehingga perilaku organisasi adalah cerminan perilaku manusia.

Kehadiran simbol komunikasi dalam kehidupan manusia, sesungguhnya untuk memelihara dan mempererat serta memperluas hubungan, baik dalam skala kecil maupun skala besar. Karena itu hakikat kehidupan manusia dalam mempertahankan kehidupannya adalah produk pertukaran simbol. Tinjauan filosofis tentang simbol memberi makna sangat mendasar bagi kehidupan manusia. Bahkan seorang filsuf bernama Einstein berpendapat bahwa kehidupan empiris manusia terdiri dari simbol-simbol yang mewakili kenyataan empiris dan khayal yang sulit untuk diekspresikan.

Demikian pentingnya simbol-simbol tersebut dalam proses komunikasi politik, ataupun proses komunikasi pada umumnya, maka simbol-simbol yang digunakan harus merupakan produk 'kesepakatan bersama' (*symbol contract*) yang akan memberi makna sebagai *meaningful symbol* atau simbol yang berarti. Makna simbol yang berarti adalah simbol yang dapat dipahami bersama, baik oleh komunikator maupun oleh komunikan. Demikian halnya dalam kehidupan kenegaraan, maka simbol-simbol yang digunakan harus dipahami oleh elit struktur kekuasaan, elit masyarakat dan warga negara pada umumnya, atau simbol-simbol yang digunakan dalam lingkup suatu sistem.

Simbol komunikasi politik yang digunakan dalam sub-sistem suprastruktur adalah simbol-simbol yang digunakan dalam struktur kekuasaan pada lembaga eksekutif, legislatif dan yudikatif. Sedangkan pada sub-sistem infrastruktur yaitu simbol-simbol yang tersebar secara bervariasi. Tinjauan filosofis terhadap simbol-simbol komunikasi politik lebih berorientasi pada partai politik, dengan tidak mengabaikan sub-unit sistem yang lainnya seperti: figur politik, kelompok penekan, kelompok kepentingan dan alat komunikasi politik. Simbol-simbol komunikasi yang berkembang dalam partai politik berdampak tajam terhadap simbol-simbol yang berkembang pada struktur kekuasaan bahkan antara keduanya bersifat berkaitan atau saling berpengaruh.

Kondisi infrastruktur menunjukkan karakteristik suatu sistem politik. Pada negara penganut ajaran demokrasi, kehidupan infrastruktur sebagai faktor yang sangat menentukan kehidupan negara, karena struktur kekuasaan diisi oleh elemen infrastruktur melalui mekanis pemilihan umum. Simbol-simbol politik pada partai politik merupakan produk kontrak simbol antar anggota partai untuk (Soemarno, 2014: 8): (1) menyamakan langkah partai dalam mencapai tujuan partai; (2) menyamakan persepsi tentang kelangsungan hidup dan eksistensi partai; (3) menentukan simbol-simbol yang efektif bagi perjuangan partai; dan (4) komitmen moral terhadap sistem nilai yang berlaku dalam partai.

Oleh sebab itu maka setiap partai memiliki unsur pembeda terhadap partai lain, karena perbedaan inilah maka perlu adanya konsensus yang memacu terwujudnya kolegialitas dan tingkat toleransi antarpolitical. Sedangkan simbol-simbol dalam kehidupan negara hakikatnya adalah untuk (Soemarno, 2014: 8): (1) mewujudkan karakter bangsa yang memiliki kepribadian (*personality*) sebagai suatu bangsa (*nation*); (2) mewujudkan loyalitas warga negara terhadap negaranya; (3) meningkatkan kualitas toleransi terhadap ego kelompok (partai); dan (4) meminimalkan kondisi konflik yang merugikan negara.

Simbol komunikasi politik antara lain juga dapat dilihat dalam gestur politik aktor. Gestur adalah tindakan khusus yang bersifat membawa, menjaga, dan mendukung bahasa (Piliang, 2012). Gestur berada di antara 'cara' (*means*) dan 'tujuan' (*ends*), tetapi ia sendiri bukan tujuan. Melalui gestur, pesan dan makna diperkuat, tetapi ia sendiri bukan makna. Ia berfungsi menampilkan sesuatu sebagai 'pengantaraan' (*mediality*), yaitu menengahi (mediasi). Gestur memungkinkan terjadinya ekspresi bahasa verbal, tetapi ia sendiri bukan ekspresi bahasa verbal. Gestur, lanjut Piliang, merupakan pusat dari multimodal dalam konteks bahasa komunikasi dan wacana politik: ucapan, tulisan, sentuhan, dan benda-benda—yang masing-masing memiliki fungsi semiotik, tetapi secara bersama-sama membangun komunikasi yang bermakna.

Fungsi gestur sendiri adalah untuk memperkuat ekspresi, tekanan, dan kekuatan bahasa komunikatif verbal sehingga dapat melipatgandakan efek komunikasi. Menurut Piliang (2012), gestur politik diperlukan ketika para politisi berada dalam situasi pertarungan bahasa, yang mengharuskan mereka terlibat dalam permainan bahasa. Melalui gestur, para politisi mempertegas pandangan dan sikap ideologisnya. Oleh karena itu, pernyataan 'penumpang gelap,' 'mafia narkoba,' atau 'para pemerias' dari seorang politisi sekaligus menempatkan dirinya secara ideologis di dalam sebuah 'posisi ideologis' tertentu sebagai kebalikannya.

Dengan kata lain, politisi bersangkutan secara tak langsung menegaskan posisi dirinya sebagai ‘penumpang resmi,’ ‘antimafia,’ atau ‘anti-pemerasan.’

Melalui gestur politik, seorang politisi bisa lebih menegaskan sikap politis dan ideologi yang dipegangnya. Gestur mereka memperkuat dan meyakinkan khalayak tentang pesan, ideologi, dan makna yang disampaikan. Bahkan, seorang tersangka kasus korupsi pun sering menggunakan gestur demi meyakinkan khalayak bahwa ia tak bersalah. Gestur dengan demikian telah mempertegas apa yang tak dapat ditegaskan melalui ucapan, meyakinkan kita tentang apa yang tak dapat diyakinkan melalui bahasa. Karena itu, menurutnya, gestur bersifat ‘yang etis’ sekaligus ‘yang politis’ (Adiputra, dkk., 2018: 249-250).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi politik (yang melingkupi berbagai area komunikasi, seperti pembicaraan politik, konstruksi politik, wacana politik, framing politik, representasi politik, propaganda politik, agenda-setting politik, dan seterusnya) adalah arena transaksi simbol-simbol politik serta arena produksi dan reproduksi makna politik simbolik (Adiputra, dkk., 2018: 250).

## **E. MEDIA SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI POLITIK**

Hubungan antara media dan politik adalah hubungan yang saling membutuhkan. Para pelaku politik membutuhkan media untuk memublikasikan kebaikan partai politiknya atau bahkan menggunakannya sebagai tempat mengampanyekan partai politik atau dirinya. Media massa, baik cetak maupun elektronik, merupakan media informasi bagi masyarakat yang berguna sebagai sarana pemberi informasi kepada masyarakat, saat ini bukan hanya dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan informasi terkini tentang kejadian yang terjadi di masyarakat, namun juga digunakan sebagai sarana komunikasi politik. Para aktor politik menggunakan media massa sebagai sarana untuk menyampaikan visi misi dari suatu partai politik atau para calon pemimpin yang sedang berkampanye. Para pelaku politik tersebut cenderung untuk menunjukkan citra yang baik dari partai politik atau individu pelaku politik (Arianto, 2013).

Alat komunikasi politik dengan terminologi media komunikasi politik (*political communication tools*) dapat berupa media cetak, media elektronik dan cara-cara yang bersifat konvensional. Sarana atau alat komunikasi politik, pada hakikatnya, adalah untuk memperluas nuansa pandang dan berpikir yang tidak terpasung kebekuan-kebekuan egosentris dan sikap etnosentrisme

yang dapat memperlebar jurang perbedaan. Fungsi yang paling dominan pada alat komunikasi politik adalah sebagai (Soemarno, 2014: 9): (1) alat untuk menyebarkan statement politik; (2) alat informasi dan pendidikan politik; (3) alat propaganda politik; (4) alat konsolidasi dan konsensus nasional; dan (5) alat sosialisasi politik.

Hakikat keberadaan media sangat memberi makna dominan bagi kehidupan manusia. Selain kehadirannya untuk memberi rujukan kepada masyarakat tentang hal-hal yang belum diketahui atau tidak diketahui, media memberi manfaat pula untuk meminimalis pendapat yang berbeda dan untuk memberikan perbandingan tentang nilai yang sangat berguna bagi masyarakat bersangkutan. Selain itu, media massa membuka cakrawala pandang peristiwa-peristiwa yang berada di ruang waktu di berbagai belahan dunia. Dalam menggunakan media ini tidak dilihat dari benda matinya saja, namun dilihat pula dari sisi manfaat dan tujuan produksi media tersebut, sehingga dengan media massa dapat menembus ruang dan waktu yang sulit ditembus secara personal. Faktor geografis tidak lagi menjadi hambatan utama yang selama ini menjadi masalah bagi negara-negara yang tertinggal di bidang teknologi.

Karakter media sebagai sarana komunikasi politik dan kaitannya dengan kepentingan publik setidaknya dapat ditelisik dari empat perspektif sebagaimana disampaikan oleh Croteau dan Hoynes dalam *The Business of Media: Corporate Media and The Public Interest* (2006: 156):

1. *Keragaman*. Dalam sistem pemerintahan yang demokratis, media harus mencerminkan berbagai pandangan dan memuat pengalaman masyarakat yang beragam. Warga harus menggunakan media sebagai representasi budaya dan ekspresi politik. Sebaliknya, media yang homogen kurang memberikan keragaman.
2. *Inovasi*. Media harus menyatukan teknologi dan modal untuk mendorong kreativitas dan inovasi dalam menciptakan format dan isi berita. Inovasi harus membuat hiburan menjadi imajinatif, segar, kreatif, asli, mencerminkan sifat dinamis masyarakat. Sebaliknya, media peniru mengandalkan formula mencoba-coba dan menduplikasi dari yang sudah ada.
3. *Substansi*. Hiburan ringan mirip dengan kembang gula; semakin enak tapi tidak baik untuk kesehatan diet. Suatu masyarakat demokratis yang sehat harus memiliki media yang menyertakan berita substantif dan hiburan yang menangani isu-isu signifikan yang dihadapi masyarakat, disajikan dalam

cara yang melibatkan partisipasi masyarakat. Sebaliknya, media sensasional lebih fokus pada sensasi dan berita selebritas.

4. *Independen*. Masyarakat bebas menolak budaya dan informasi yang terkonsentrasi. Media harus menyediakan informasi dan pendapat yang independen bagi masyarakat dan informasi tidak terkonsentrasi dari pemerintah atau perusahaan. Sebaliknya, media disensor karena tekanan ekonomi dan ideologi dengan membatasi isu dan berbagai pandangan lainnya.

Prinsip dasar yang melatari pendekatan kepentingan publik dalam konteks komunikasi politik media, tentu tidak bisa dilepaskan dari pengertian dan makna demokrasi itu sendiri, yakni adanya sikap saling menghargai nilai-nilai yang ada dalam masyarakat, prinsip kedudukan yang sama di antara warga negara, dan adanya akses dan partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan pemerintah. Peningkatan partisipasi masyarakat yang lebih berorientasi pada kepentingan publik menjadi penting, karena merupakan langkah-langkah untuk menghidupkan nilai-nilai budaya dan demokrasi itu sendiri.

Pada sisi lain, media konvensional telah lama dikritisi (jika tak ingin dikatakan telah ditinggalkan sebagai sarana komunikasi politik) karena kecenderungan bias pemberitaannya yang bertolak-belakang dengan peran media sebagai institusi sosial. Alasan lain adalah kentalnya orientasi kepentingan ekonomi dan keterkungkungan pada prinsip objektivitas dalam memberitakan isu-isu politik. Di negara-negara demokratis, tren ini terus berulang. Deregulasi sebagai konsekuensi dari liberalisasi ekonomi dan politik, makin menegaskan kecenderungan media untuk mengabdikan pada kepentingan modal/kapital. Sebaliknya, di negara-negara otoriter/totaliter, media mengalami represi dan sensor yang ketat. Media menjadi bagian dari alat propaganda penguasa otoriter (Simarmata, 2016: 19).

Sementara itu, demokrasi membutuhkan warga negara yang *well-informed*. Warga negara yang punya kesadaran politik merupakan kekuatan demokrasi, karena dalam demokrasi warga negara lah yang menentukan siapa yang layak menjadi pemimpin. Pilihan politik warga negara menentukan kualitas kepemimpinan. Pilihan politik yang rasional dan kritis hanya dapat terbentuk jika tersedia sumber informasi yang substantif dan berkaitan dengan kepentingan mereka. Sehingga, peran media dalam menyediakan informasi yang berkualitas, substantif, terkait kepentingan rakyat, dan memberi Evaluasi atas jalannya



pemerintahan merupakan modal mendasar untuk membentuk sikap politik yang kritis (Simarmata, 2016: 19).

Selanjutnya, media dalam kerangka politik demokrasi juga berperan sebagai ruang publik (*public shepere*). Ruang publik adalah wahana di mana warga negara dapat saling mengutarakan pendapat, bertukar pikiran, dan bermusyawarah untuk mencapai kesepakatan bersama mengenai kepentingan mereka. Lewat ruang publik yang demokratis, akan terbentuk opini publik sebagai modal politik dalam mengarahkan jalannya pemerintahan. Ruang publik yang ideal hendaknya memberi kesempatan yang sama bagi tiap warga negara untuk terlibat dalam deliberasi publik tanpa adanya tekanan dari pihak manapun (Simarmata, 2016: 19-20).



# BAB EMPAT

## BENTUK-BENTUK AKTIVITAS KOMUNIKASI POLITIK

### A. PEMBICARAAN POLITIK

#### 1. Konteks Pembicaraan Politik

Kita mengenal presiden, ketua DPR, menteri, gubernur, bupati atau walikota karena pembicaraannya (apakan dalam pidato resmi, konferensi pers, atau peresmian jalan tol, bandara, pelabuhan dan acara seremonial sejenis) atau apa yang dikatakan orang lain tentang para pejabat penting itu. Politisi, profesional, atau warga negara yang aktif, juga merupakan aktor-aktor utama dalam komunikasi politik, yang terlibat intens dalam pembicaraan politik.

Evolusi bahasa politik merefleksikan perubahan dalam pemikiran (dan teori) politik serta mempengaruhi pilihan politik yang dipersepsi. Pembicaraan politik adalah pembicaraan–pembicaraan yang berkembang yang memelihara dan membantu pembicaraan mengenai masalah lain politik secara luas. Menurut Pabottingi (1993: 54-56) pembicaraan politik sebagai proses komunikasi politik, dalam praktik seringkali mengalami empat distorsi.

- a. Distorsi bahasa sebagai ‘topeng’. Ada *euphemism* (penghalusan kata); bahasa yang menampilkan sesuatu lain dari yang dimaksudkan atau berbeda dengan situasi sebenarnya, bisa disebut seperti diungkapkan Ben Anderson (1966), ‘bahasa topeng’.
- b. Distorsi bahasa sebagai ‘proyek lupa’. Lupa sebagai sesuatu yang dimanipulasikan; lupa dapat diciptakan dan direncanakan bukan hanya atas satu orang, melainkan atas puluhan bahkan ratusan juta orang.
- c. Distorsi bahasa sebagai ‘representasi’. Representasi terjadi bila kita melukiskan sesuatu tidak sebagaimana mestinya. Contoh, gambaran buruk kaum muslimin dan orang-orang Arab oleh media Barat.
- d. Distorsi bahasa sebagai ‘ideologi’. Ada dua perspektif yang cenderung menyebarkan distoris ideologi. Pertama, perspektif yang mengidentikkan

kegiatan politik sebagai hak istimewa sekelompok orang—monopoli politik kelompok tertentu. Kedua, perspektif yang semata-mata menekankan tujuan tertinggi suatu sistem politik. Mereka yang menganut perspektif ini hanya menitikberatkan pada tujuan tertinggi sebuah sistem politik tanpa mempersoalkan apa yang sesungguhnya dikehendaki rakyat.

Lalu, apa dan bagaimana pembicaraan politik itu? David V.J Bell (1975: 10), seorang ilmuwan politik terkemuka, menyebut tiga jenis pembicaraan yang dipastikan memiliki kepentingan politis, yakni pembicaraan kekuasaan, pembicaraan pengaruh, dan pembicaraan otoritas.<sup>11</sup>

- a. *Pembicaraan Kekuasaan* merupakan pembicaraan yang mempengaruhi orang lain dengan ancaman atau janji. Bentuknya yang khas adalah "*jika anda melakukan X, saya akan melakukan Y*". Kunci pembicaraan kekuasaan adalah bahwa 'saya' memiliki kemampuan untuk mendukung janji maupun ancaman (baca kekuasaan koersif).
- b. *Pembicaraan Pengaruh* merupakan pembicaraan yang mempengaruhi orang lain dengan nasihat, dorongan, permintaan, dan peringatan. Bentuknya yang khas adalah "*jika anda melakukan X, maka akan terjadi Y*". Kunci pembicaraan pengaruh adalah bagaimana si pembicara berhasil memanipulasi persepsi atau pengharapan orang lain terhadap kemungkinan mendapat untung atau rugi.
- c. *Pembicaraan Otoritas* adalah pemberian perintah. Bentuknya yang khas adalah "*lakukan X*" atau "*dilarang melakukan X*". Yang dianggap sebagai penguasa yang sah adalah suara otoritas dan memiliki hak untuk dipatuhi (Nimmo, 2000: 75-78).

## **2. Sifat Pembicaraan Politik<sup>12</sup>**

- a. Kegiatan Simbolik: Kata-kata dalam Pembicaraan Politik

Unsur-unsur primer dalam pembicaraan adalah *lambang*, *hal yang dilambangkan*, dan *interpretasi* yang menciptakan lambang yang bermakna. Lambang-lambang politik biasanya memadukan sifat-sifat referensi dan

---

<sup>11</sup> Dan Nimmo (2000) menambahkan satu jenis pembicaraan politik, yaitu pembicaraan konflik. Maksudnya, melalui pembicaraan, para komunikator politik menyelesaikan perselisihan-perselisihan (konflik) mereka dengan menyusun perbendaraan kata tentang asumsi, makna, pengharapan dan komitmen bersama.

<sup>12</sup> Dikutip dari Nimmo (2000). p. 73-113.

kondensasional. Lambang referensial menunjukkan kategori-kategori khusus atau umum dari objek-objek, fisik, sosial, atau abstrak. Lambang kondensasi adalah bentuk perilaku substitutif yang sangat padat bagi ungkapan langsung, yang siap melepaskan ketegangan emosional dalam bentuk sadar atau tak sadar. Lambang-lambang signifikan juga penting dalam proses opini yang lain, tapi berhubungan. Manipulasi lambang politik signifikan untuk mengarahkan dukungan adalah salah satu jenis kendali sosial seperti itu.

b. Bahasa: Permainan Kata dalam Pembicaraan Politik

Pada umumnya, jika lambang adalah kata-kata dari pembicaraan politik, maka bahasa adalah permainan kata dari wacana itu. Peter Farb dalam *Word Play: What Happens when People Talk* (1973) menyamakan pembicaraan dengan permainan, bukan dalam arti perintang waktu seperti *bergurau*, melainkan permainan yang serius. Definisi bahasa berbeda-beda, tetapi ada suatu konsensus, bahwa bahasa adalah suatu sistem komunikasi yang: (1) tersusun dari kombinasi lambang-lambang signifikan di dalamnya; (2) signifikansi lambang-lambang itu lebih penting daripada situasi langsung tempat bahasa itu digunakan; (3) lambang-lambang itu digabungkan menurut peraturan tertentu.

W.P. Robinson dalam *Language: Social Psychological Perspectives* (1980) menyusun katalog tentang fungsi-fungsi sosial yang terpenting dalam bahasa. Fungsi-fungsi utama bahasa antara lain: penghindaran kegiatan yang lebih buruk, norma persesuaian, estetika, peraturan pertemuan, performatif, peraturan diri, peraturan orang lain, ungkapan emosi, ungkapan identitas sosial, ciri hubungan peran, pengacuan kepada dunia non linguistik, pengajaran, penyelidikan. Dua hal yang harus diperhatikan dalam bahasa, yaitu: komunikasi, baik verbal maupun non verbal, adalah kegiatan yang diucapkan atau tindakan yang bila terjadi di depan orang lain yang mengamatnya, tindakan itu dipretasikan. Bahasa verbal adalah diskursif, lambang-lambang yang menyusunnya, membantu kita berpikir cermat, dan merekam informasi. Bahasa non verbal adalah non diskursif, membantu mengungkapkan hal-hal yang bersifat fantasi, misteri, kasih sayang, dan perasaan emosional lainnya yang sukar diungkapkan. Komunikasi terjadi dalam periode, waktu, tempat, dan lingkungan khas.

c. Semiotika: Makna dan Aturan Permainan Kata Politik

Pesan-pesan yang dihasilkan dari hasil pengaruh itu banyak bentuknya dan menghasilkan berbagai makna, struktur, dan akibat. Studi tentang keragaman itu

merupakan satu segi dari ilmu semiotika, yakni teori umum tentang tanda dan bahasa. Semiotika membahas keragaman bahasa dari tiga perspektif: semantika, sintaktika, dan pragmatika.

- *Semantika Politik*. Semantika adalah studi tentang makna yang dimiliki objek bagi orang yang berpikir dan menanggapi, dan bukan pencarian definisi kata yang intrinsik dan universal atau objek yang bernama demikian.
- *Sintaktika Politik*. Suatu sintaksis politik harus memiliki aturan dasar jika pembicaraan yang menjamin pembicaraan politik benar pembicaraan yang menjamin pembicaraan. Harus ada jaminan konstitusional terhadap kebebasan mengeluarkan pendapat yang berlaku bagi setiap orang, harus ada pengertian bahwa semua aturan sintaksis politik yang lain tunduk kepada yang pertama.
- *Pragmatika Politik*. Pragmatika politik adalah penggunaan pembicaraan politik, suatu wacana dinamik dari kekuasaan, pengaruh, dan kewenangan, yang mendamaikan pertikaian melalui kegiatan simbolik. Pembicaraan politik menyelesaikan konflik sosial dengan menegosiasikan definisi makna kata-kata yang diperselisihkan dan aturan permainan kata.

d. Pembicaraan Politik Untuk Pencapaian Material: Meyakinkan dan Membangkitkan Massa

Kelompok-kelompok pemerintah dan swasta membuat struktur dan membatasi pembicaraan politik demi kebaikan kepentingan-kepentingan khusus. Hal itu dilaksanakan dengan dua cara pokok: (1) *jaminan*: disini para pemimpin politik menggunakan simbol-simbol untuk memberikan jaminan kepada rakyat bahwa masalah sedang diatasi, walaupun sebenarnya relatif kecil yang telah dicapai oleh kebijakan yang berlaku. Oleh sebab itu, membela kaum dan ketertiban mengesankan ketertiban mengesankan keberhasilan bahkan ketika tingkat kejahatan meningkat; (2) *penggerak*: disini bentuk bahasa, kebijakan, lembaga, dan tindakan para pemimpin politik ditujukan untuk melayani fungsi kepentingan, yakni melayani kepentingan pemerintah dan swasta dengan selubung jaminan publik.

e. Otoritas Sosial: Pembicaraan Politik Untuk Peningkatan Status

Meskipun kelompok-kelompok politik berbicara untuk memperoleh ganjaran material, banyak kepentingan yang kurang berminat untuk memperoleh keuntungan material tertentu dibandingkan dengan minat untuk

memperoleh status yang berkuasa. Yang menjadi masalah adalah keputusan tentang perilaku sosial yang sah dan siapa yang memiliki kewenangan untuk menetapkan apa yang moral dan imoral, setia dan tidak setia, di hukum dan tidak di hukum. *Labelling* adalah penerapan kata-kata yang bermotif ofensif kepada individu, kelompok, atau kegiatan. Asosiasi adalah turunan bahasa yang lain, seperti orang kaya memiliki peluang besar untuk menetapkan hubungan atasan dan bawahan.

f. Ungkapan Personal: Pembicaraan Politik untuk Identitas

Kita masing-masing secara sinambung menyusun, memodifikasi, dan menyajikan citra diri yang bermakna melalui komunikasi dengan yang lain, termasuk pembicaraan politik kita. Pembicaraan yang ekspresif adalah wacana yang menyingkapkan identitas politik kita. Pembicaraan politik akan menyajikan kepada kita alat untuk menetapkan diri sebagai suatu lambang signifikan. Garis pemisah antara pembicaraan politik tentang perolehan material atau sosial dan wacana politik ekspresif ialah apabila orang menerima kepuasan simbolik murni dari pembicaraan, yakni memperoleh lebih banyak kepuasan dari merenungkan dan mengungkapkan lambang politik ketimbang dari berbuat sesuai dengan apa yang dimiliki oleh lambang itu.

g. Diskusi Publik: Pembicaraan Politik Untuk Pemberian Informasi

Sosiolog Claus Mueller dalam *The Politics of Communication: A Study in the Political Sociology of Language, Socialization, and Legitimation* (1973) membicarakan tiga tipe penyimpangan (distorsi), masing-masing sejajar dengan suatu bentuk pembicaraan politik. Pertama, harus ada komunikasi yang bersifat *terarah*, yakni penggunaan bahasa/istilah yang tepat oleh pemerintah, misalnya istilah 'détente' harus dimaknai sebagai 'kedamaian melalui kekuatan diplomasi' (*peace through the power of diplomacy*) bukan 'kedamaian melalui kekuatan bersenjata' (*peace through armed force*). Kedua, *komunikasi* (tidak boleh) *tertahan*. Komunikasi masyarakat potensial menjadi tertahan atau terkekang, misalnya karena pemerintah mengendalikan jaringan internet yang pada akhirnya membuat orang banyak sulit mengakses pembicaraan politik melalui media sosial. Contoh komunikasi politik tertahan lainnya adalah penggunaan pembicaraan politik kaum elite yang ditujukan untuk melayani kepentingan material mereka sendiri, tidak untuk kepentingan memajukan kepentingan material orang banyak.

## B. PERSUASI POLITIK

Persuasi merupakan hal yang bisa kita temui dalam kehidupan sehari-hari. Persuasi adalah studi tentang perilaku manusia (selaku individu) dan bagaimana cara mengubahnya. Dari sisi lain, persuasi juga banyak dimanfaatkan individu dan kelompok untuk melakukan berbagai hal, mulai dari persuasi dalam bentuk inovasi diri; posturasi ide, gagasan atau pandangan (terutama di media sosial), persuasi produk bisnis (iklan); persuasi sosial untuk mengajak masyarakat melakukan adaptasi teknologi (seperti belajar jarak jauh dengan sistem online/daring); hingga ke persuasi politik dalam rangka mengubah orientasi dan sikap politik publik atau perilaku khalayak pemilih.

Dalam dua dekade terakhir, wacana tentang persuasi politik yang dilakukan oleh warga net di Indonesia telah berubah menjadi hingar bingar, terutama proses pembelahan sosial politik warga net (yang pro vs anti pemerintah) yang berlangsung intens di sosial media.

Istilah persuasi (*persuasion*) berasal dari bahasa (perkataan) Latin, '*persuasio*'. Kata kerjanya adalah *persuadere* yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Menurut Bruce Berger dalam *The Telling Distance* (1990; dalam [id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi\\_persuasif](http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_persuasif)), persuasif adalah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk merubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

Pace, Peterson dan Burnett (1979; dalam Venus, 2007: 30) mendefinisikan persuasi sebagai tindakan komunikasi yang bertujuan untuk membuat komunikasikan mengadopsi pandangan komunikator mengenai suatu hal atau melakukan suatu tindakan tertentu. Pada dasarnya setiap kegiatan persuasi selalu ditandai oleh empat hal: (1) melibatkan sekurang-kurangnya dua pihak; (2) ada tindakan secara sengaja mempengaruhi; (3) adanya pertukaran/transaksi pesan persuasif; (4) adanya kesukarelaan menerima atau menolak gagasan yang ditawarkan.

Ciri utama komunikasi persuasif adalah:

1. Digunakan sebagai teknik untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain.
2. Setiap individu dalam konteks komunikasi interpersonal akan selalu mencoba dan berusaha mempengaruhi kepercayaan dan harapan orang lain.
3. Upaya antarmanusia dalam berinteraksi dan menyampaikan informasi dalam kondisi di mana kedua belah pihak sama-sama memahami dan

bersepakat untuk melakukan sesuatu yang penting untuk memenuhi kebutuhan bagi kedua belah pihak.

4. Setiap individu berharap pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan dipercayai.
5. Salah satu strategi yang dapat digunakan agar pesan yang ingin disampaikan dimengerti dan dipercayai oleh orang lain.
6. Membiarkan orang lain (*persuadee*) bebas melakukan apapun yang mereka inginkan setelah *persuader* berusaha meyakinkan mereka.
7. Menekankan keterbukaan, kepercayaan, dan praktik-praktik manajemen yang komunikasi yang demokratis ([id.wikipedia.org/wiki/Persuasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Persuasi)).

Di ranah ilmu komunikasi, persuasi adalah topik dasar dalam psikologi, terkait teknik-teknik efektif untuk mengubah pikiran orang lain. Karakteristik komunikasi persuasif ditandai dengan unsur membujuk, mengajak, mempengaruhi dan meyakinkan. Menurut Rocklage, Rucker, dan Nordgren (2018: 749), niat untuk membujuk orang lain secara spontan mampu meningkatkan emosi daya tarik individu melalui kata-kata yang mereka gunakan. Artinya, terdapat hubungan antara memori, emosi, dan persuasi yang cukup kuat sehingga orang tetap menggunakan lebih banyak daya tarik emosional.

Jalaluddin Rakhmat (2001: 18), misalnya memberi penekanan bahwa persuasif adalah kegiatan psikologis. Penekanan ini bertujuan untuk mengadakan perbedaan antara persuasif dengan koersif (bentuk kekerasan politik), kendati pada prinsipnya tujuan persuasi dan koersi adalah sama, yakni untuk mengubah opini, sikap dan perilaku. Hanya saja terdapat perbedaan pada teknik penyampaian pesan antara keduanya. Pada komunikasi persuasif penyampaian pesan dilakukan dengan cara membujuk, merayu, meyakinkan, mengiming-iming, dan cara atau teknik lainnya sehingga terjadi kesadaran untuk berubah pada diri komunikan yang terjadi secara suka rela tanpa adanya paksaan (berbeda dengan bentuk komunikasi yang bersifat koersi atau *coercive communication*). Sedangkan pada komunikasi koersif perubahan opini, sikap, dan perilaku terjadi dengan perasaan terpaksa atau terancam (psikis maupun fisik) dari komunikator. Efek dari teknik koersif ini bisa berdampak pada timbulnya rasa tidak senang, rasa benci, bahkan rasa dendam. Sementara efek dari komunikasi persuasif memberi dampak pada kesadaran, kerelaan, dan perasaan senang.

Asumsi Rahmat serta Rocklage dkk diperkuat oleh Robert Cialdini (2000). Menurut Cialdini (dalam Suryana, 2019: 2), secara psikologis, manusia dapat



dipengaruhi oleh komunikasi (persuasi) yang disampaikan oleh orang lain. Hasil kajiannya tentang 'kepatuhan,' setidaknya berhasil mengidentifikasi 6 (enam) kegiatan dasar yang dapat memengaruhi naluri manusia, yakni:

1. *Reciprocity*, yang berkaitan dengan kecenderungan seseorang akan membalas kebaikan yang diberikan orang lain.
2. *Commitment and consistency*, yang secara naluriah, seseorang akan memperlihatkan konsistensi dan komitmen sikapnya terhadap apa yang diyakininya.
3. *Social proof*, yang memperlihatkan kondisi seseorang akan merasa aman dan nyaman untuk melakukan sesuatu manakala hal itu sebelumnya telah dilakukan orang lain.
4. *Liking*, berkaitan dengan kondisi kecenderungan orang melakukan sesuatu yang dibutuhkan oleh orang yang ia sukai dan orang lain itu menyukainya.
5. *Authority*, yang memperlihatkan kecenderungan orang akan memercayai orang lain yang ia anggap memiliki otoritas atau kapasitas.
6. *Scarcity*, yang memperlihatkan kecenderungan orang untuk mengejar sesuatu yang unik atau langka dan jarang ditemui.

Dunia perpolitikan tidak lepas dari yang namanya strategi, teknik atau siasat, karena politik sendiri adalah strategi (ingat adagium Laswell) siapa mendapatkan apa, dengan cara apa, kapan, dan bagaimana? Dengan kata lain, di mana ada politik maka di situ ada strategi, teknik atau siasat politik (atau komunikasi politik). Ada banyak saluran yang bisa digunakan para aktor (atau komunikator) politik untuk mempromosikan diri mereka, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi media, terutama media sosial, mulai dari media visual, audio, audiovisual, digital, *live streaming*—dari cara klasik sampai modern (bahkan terkadang) hingga cara-cara yang halus sampai kasar, dari cara jujur sampai curang. Apapun yang dilakukan sang aktor, hanya ada satu tujuan utama yang ingin dicapai: meraih kemenangan.

Dalam konteks politik, aktivitas yang akan selalu ada dalam hingat-bingar dunia politik adalah persuasif politik. Persuasi politik adalah jenis aktivitas komunikasi politik dimana para aktor politik menggunakan berbagai cara, strategi, teknik atau siasat komunikasi dalam upaya memengaruhi orang lain; atau aktivitas politik di mana para komunikator politik mengajak para komunikan (politik)-nya agar mengikuti apa yang menjadi tujuan dan keinginan mereka. Per definisi persuasif politik adalah sejenis aktivitas komunikasi politik dimana

bujukan, ajakan atau pengaruh yang diperankan oleh aktor atau komunikator politik harus diaplikasi dengan cara, strategi, teknik atau siasat untuk mengajak, membujuk atau meyakinkan komunikan bersifat lunak dan tidak mengandung unsur-unsur kekerasan (Al Barry, 2001: 593).

Persuasi politik adalah aktivitas komunikasi politik yang berujuan untuk (Yesica, 2016):

1. Mengubah sikap dan perilaku orang dengan menggunakan kata-kata lisan dan tulisan.
2. Menanamkan pesan (opini) baru.
3. Usaha yang disadari untuk mengubah sikap, kepercayaan atau perilaku orang lain melalui transmisi pesan.

Dan Nimmo dalam *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media* (1993) menyebutkan bahwa persuasif adalah komunikasi yang bertujuan atau berkepentingan. Tujuan utama dalam persuasif adalah untuk menimbulkan perasaan responsif pada orang lain (dalam dunia politik disebut sebagai khalayak atau komunikan politik).

Setidaknya terdapat tiga pemahaman tentang proses persuasif politik.

1. Persuasi politik biasanya melibatkan *tujuan*, yakni usaha komunikator politik untuk mencapai tujuan politik melalui pembicaraan politik.
2. Persuasi politik biasanya bersifat *dialektis*, yakni upaya komunikator politik untuk membangun pengaruh melalui komunikasi dialogis, intens dan berulang (*redudance*).
3. Persuasi politik umumnya membutuhkan *tanggapan* (respons), yakni umpan balik dari komunikan kepada komunikator guna mengukur ada tidaknya pengaruh (terutama efek psikologis) dari komunikan yang menjadi targetnya.

Menurut Cangara (2013:230), ada beberapa teknik dalam proses penyusunan pesan persuasif, antara lain:

1. *Fear Appeal*. Bagaimana seorang komunikator politik menyusun suatu pesan persuasif yang mengandung unsur memberikan ketakutan kepada komunikan. Biasanya persuasif ini dilakukan oleh komunikan yang sudah memiliki kekuasaan di suatu tempat. Contohnya di era Orde Baru, di mana banyak para PNS (sekarang bernama Aparatur Sipil Negara/ASN) yang diwajibkan untuk memilih Partai Golkar oleh pemerintahan saat itu.

2. *Emotional Appeal*. Unsur utama dari teknik ini adalah emosi. Jadi pesan persuasif politik dirangkai sedemikian rupa sehingga dapat menggugah atau merangsang emosi komunikan, misalnya dengan cara mengungkapkan masalah agama, etnis, kesenjangan ekonomi, diskriminasi etnis dan kelompok minoritas, dan sebagainya.
3. *Reward Appeal*. Teknik penyusunan persuasi politik yang dipenuhi janji-janji komunikator politik. Mungkin inilah teknik yang cukup ampuh, khususnya di negara kita. Dengan janji-janji, masyarakat akan lebih percaya terhadap visi-misi dan loyalitas komunikator karena masyarakat diberikan harapan-harapan manis yang akan menjadikannya lebih baik. Tapi teknik ini akan menjadi bumerang bagi para politikus jika setelah mereka terpilih dan duduk dalam kursi kekuasaan, tapi tidak menepati janji-janji manisnya tersebut.
4. *Motivational Appeal*. Teknik ini lebih menekankan bagaimana seorang politisi memberikan dorongan psikologis kepada masyarakat, bukan pada janji-janji sehingga masyarakat dapat mengikuti pesan-pesan yang disampaikan. Contoh dorongan untuk menumbuhkan rasa nasionalisme dengan cara membeli produk-produk buatan dalam negeri. Contoh: pada pemilu 2004 pasangan SBY-JK yang mengusung slogan 'bersama kita bisa.' Pesan (slogan atau iklan politik) ini seolah-olah memberi motivasi psikologis kepada masyarakat untuk selalu bergotong-royong. Khalayak politik tertarik dengan slogan tersebut kendati slogan itu tidak berisi janji-janji manis yang menggiurkan.
5. *Humorous Appeal*. Teknik ini lebih mementingkan bagaimana suatu pesan persuasif disusun sehingga tidak menimbulkan 'kejenuhan' pada masyarakat. Melalui teknik persuasi yang humoris, ringan, dan menyegarkan akan lebih mudah bagi khalayak politik untuk menerima pesan-pesan politik dibandingkan pesan-pesan politik yang rumit dan serius. Di dunia politik, para politikus atau partai politik saat sedang berkampanye biasanya menampilkan model kampanye yang meng-entertain masyarakat, seperti mengundang artis ternama untuk menghibur masyarakat. Melalui bentuk kampanye politik entertain yang ditampilkan, khalayak akan lebih merasa rileks ketimbang mereka mendengarkan orasi-orasi atau agitasi para tokoh politik yang membosankan telinga.

Edward Pendray (mantan editor dalam *Public Relations Journal*), juga menyebutkan 8 (delapan) petunjuk untuk mencapai keberhasilan suatu persuasi (Cangara, 2011: 270):

1. Sebaiknya publik sasaran mengenal sumber lebih dahulu
2. Lakukan perubahan pada diri sendiri sebelum mengubah penerima.
3. Lakukan tindakan sesuai ucapan.
4. Jangan putus asa dan beri waktu penerima untuk menilainya.
5. Bersikap jujur dan bekerja dengan kepentingan umum.
6. Penuhi kebutuhan publik.
7. Sampaikan sesuatu dengan dasar kemanusiaan.
8. Kemukakan akibat dari ide yang disampaikan.

Menurut Nimmo, ada tiga cara penting untuk memahami logika berpikir persuasi dalam konteks politik, yakni dengan menelusuri pendekatan-pendekatan persuasi politik lainnya (seperti retorika politik, propaganda politik, dan periklanan politik, dimana ketiga pendekatan tersebut—dalam banyak hal—punya kemiripan dengan persuasi politik, terutama menyangkut aspek *tujuan, disengaja, pengaruh, dan hubungan timbal balik* (antara komunikan dan komunikator, bukan satu mendikte yang lain). Semua kemiripan unsur itu menghasilkan berbagai bentuk dan tingkat perubahan dalam persepsi, kepercayaan, nilai, dan harapan pribadi. Namun demikian, terdapat beberapa perbedaan antara persuasi politik dengan retorika politik, propaganda politik, dan iklan politik, diantaranya:

1. Aspek perbedaan di antara tekanan satu-kepada banyak dan dua-arah dalam meneruskan pesan-pesan.
2. Aspek perbedaan dalam orientasi pendekatan, yaitu apakah diarahkan kepada perseorangan atau kelompok.
3. Pendekatan itu masing-masing mengesankan pandangan yang berbeda tentang apa kemungkinan yang akan diraih bagi masyarakat.
4. Masing-masing pendekatan menggunakan fokus yang relatif berbeda dalam merumuskan (bentuk atau teknik) kampanye politik.

### C. RETORIKA POLITIK

Retorika (dari bahasa Yunani: *ρήτωρ, rhêtôr, orator, teacher*) adalah sebuah teknik pembujuk-rayuan secara persuasi untuk menghasilkan bujukan dengan melalui karakter pembicara, baik secara emosional atau melalui argumen logis.

Uraian sistematis retorika yang pertama diletakkan oleh orang-orang dari wilayah Syracuse, sebuah koloni Yunani di pulau Sicilia (masuk negara Italia saat ini). Tahun 427 SM, Gorgias (483-375 SM) dikirim sebagai duta ke Athena. Negeri itu sedang tumbuh sebagai negara yang kaya. Pemerintahan Athena saat itu (terutama pengadilan) tengah membutuhkan orang yang memiliki kemampuan berpikir yang jernih dan logis, serta mampu berbicara yang jelas dan persuasif. Keterampilan retorika Gorgias memenuhi 'kebutuhan pasar' pemerintah Athena saat itu, dan Gorgias kemudian mendirikan sekolah retorika. Gorgias menekankan dimensi bahasa yang puitis dan teknik berbicara *impromptu*.<sup>13</sup> Selain Gorgias, Protagoras (481-411 SM) merupakan orang Agrigentum yang juga sangat menguasai retorika. Ia menyebut kelompoknya dengan sebutan *Sophistai*, yang berarti 'guru kebijaksanaan'. Bersama Protagoras dan kawan-kawan, Gorgias berpindah dari satu kota ke kota yang lain. Mereka menjadi pengajar-pengajar retorika handal di wilayah-wilayah kekuasaan Yunani lainnya ([id.wikipedia.org/wiki/Retorika](https://id.wikipedia.org/wiki/Retorika)).

Dalam perkembangan selanjutnya, murid Plato, Aristoteles (384-322 SM) melanjutkan minat gurunya, mengkaji retorika secara ilmiah. Hasil yang dicapainya adalah buku *De Arte Rhetorica*, yang terdiri atas tiga jilid. Lima Hukum Retorika (*the five canons of rhetoric*), yang sampai saat ini masih aktual, merupakan buah pemikiran Aristoteles dan ahli retorika klasik pada waktu itu. Lima hukum itu adalah: (1) *inventio* (penemuan), (2) *dispositio* (penyusunan), (3) *elocutio* (gaya), (4) *memoria* (memori), dan (5) *pronuntiatio* (penyampaian). Menurut Aristoteles retorika itu merupakan "kemampuan untuk menentukan, dalam kejadian tertentu dan situasi tertentu, metode persuasi yang ada" (Rakhmat, 1994: 7).

Aristoteles (yang dikemudian hari dikenal sebagai bapak retorika dunia), dalam doktrin retorikanya membagi retorika ke dalam tiga konsepsi sebagai alat persuasi politik: deliberatif, forensik, dan demonstratif. Retorika *deliberatif* memfokuskan diri pada apa yang akan terjadi dikemudian bila diterapkan sebuah kebijakan saat sekarang. Retorika *forensik* lebih memfokuskan pada sifat yuridis dan berfokus pada apa yang terjadi pada masa lalu untuk menunjukkan bersalah atau tidak, pertanggungjawaban atau ganjaran. Sementara retorika *demonstratif* lebih memfokuskan pada *epideiktik*, yakni wacana memuji atau penistaan dengan

---

<sup>13</sup> Impromptu speech adalah sebuah teknik berbicara yang dilakukan secara spontan dengan waktu persiapan yang relatif singkat atau tanpa persiapan sama sekali. Impromptu speech menjadi bagian tersulit dari public speaking. Lihat [https://en.m.wikipedia.org/wiki/Impromptu\\_speaking](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Impromptu_speaking).

tujuan memperkuat sifat baik atau sifat buruk seseorang, lembaga maupun gagasan ([id.wikipedia.org/wiki/Retorika](http://id.wikipedia.org/wiki/Retorika)).

Tahap retorika, sebagaimana dikemukakan Aristoteles, dapat dijelaskan sebagai berikut (Rahmat, 2012: 7-8):

1. Tahap *Inventio* (penemuan)

Pada tahap ini pembicara menggali topik dan meneliti khalayak untuk mengetahui metode persuasi yang paling tepat. Menurut Aristoteles retorika tidak lain daripada—kemampuan untuk menentukan topik dalam kejadian tertentu, dengan menggunakan metode persuasi yang ada“. Aristoteles menyebutkan tiga cara untuk mempengaruhi manusia. Pertama, pembicara harus sanggup memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat (*ethos*). Kedua, pembicara harus menyentuh hati khalayak: perasaan, emosi, harapan, kebencian dan kasih sayang mereka (*pathos*) atau bisa disebut imbauan emosional (*emotional appeals*). Ketiga, pembicara meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau kelihatan sebagai bukti dengan mendekati khalayak lewat otaknya.

2. *Dispositio* (penyusunan)

Pada tahap ini, pembicara menyusun pidato atau mengorganisasikan pesan. Aristoteles menyebutnya *taxis*, yang berarti pembagian. Pesan harus dibagi ke dalam beberapa bagian yang berkaitan secara logis. Susunan berikut ini mengikuti kebiasaan berpikir manusia: pengantar, pernyataan, argumen, dan epilog. Menurut Aristoteles, pengantar berfungsi menarik perhatian, menumbuhkan kredibilitas (*ethos*), dan menjelaskan tujuan. Setiap politikus menyusun dan membuat pidato politik dalam setiap kesempatan atau acara yang diwajibkan mereka untuk berpidato, termasuk dalam kampanye politik. Pidato politik biasa disusun berdasarkan tujuan penting komunikator. Hal tersebut sangat penting dalam upaya menciptakan pengaruh yang positif di tengah khalayak. Setiap Presiden RI memiliki tim penyusun pidato (semacam staf khusus, di bawah koordinasi/supervisi Sekretariat Negara).

3. Tahap *Elocutio* (gaya)

Pada tahap ini, pembicara memilih kata-kata dan menggunakan bahasa yang tepat untuk mengemas pesannya. Aristoteles memberikan nasihat ini: gunakan bahasa yang tepat, benar, dan dapat diterima; pilih kata-kata yang jelas dan langsung; sampaikan kalimat yang indah, mulia, dan hidup; dan sesuaikan

bahasa dengan pesan, khalayak, dan pembicara. Masing-masing Presiden RI memiliki gaya bicara dan gaya bahasa dalam pidato dan penyampaian pidato. Soekarno, Soeharto, B.J. Habibie, K.H. Abdurrahman Wahid, Megawati dan Susilo Bambang Yudoyono, dan Joko Widodo masing-masing memiliki gaya berpidato yang berbeda. Dari ketujuh presiden itu, Soekarno adalah presiden yang memiliki kemampuan retorika yang—tak hanya diakui bangsanya, akan tetapi juga—diakui dunia.

#### 4. Tahap *Memoria* (memori)

Pada tahap ini, pembicara harus mengingat apa yang ingin disampaikannya, dengan mengatur bahan-bahan pembicaraannya. Aristoteles menyarankan “*jembatan keledai*” untuk memudahkan ingatan. Di antara semua peninggalan retorika klasik, memori adalah yang paling kurang mendapat perhatian para ahli retorika modern. Memori ini penting baik bagi komunikator ataupun bagi khalayak agar penyampaian pidato lebih menarik dan bisa menyentuh afeksi (sisi emosional) khalayak.

#### 5. Tahap *Pronuntiatio* (penyampaian)

Pada tahap ini, pembicara menyampaikan pesannya secara lisan. Di sini, akting sangat berperan. Demosthenes menyebutnya *hypocrisis* (boleh jadi dari sini muncul kata hipokrit). Pembicara harus memperhatikan olah suara (*voice*) dan gerakan-gerakan anggota badan (*gestus moderatio cum venustate*). Gerakan tangan, suara, mimik muka dan lain-lain dari anggota tubuh merupakan bahasa nonverbal yang berperan meneguhkan, menegaskan, menimbulkan perhatian dari khalayak. Kata-kata verbal saja tidaklah memadai dalam pidato dan tidak menarik untuk disimak. Penggunaan bahasa non verbal mampu membuat penyampaian pidato dalam bahasa verbal menjadi lebih menarik dan hidup, sehingga maknanya tercapai. Bahasa tubuh nonverbal B.J. Habibie membuat pidatonya menarik dan tidak bosan untuk didengarkan.

Sebagai seni berbicara, retorika tentu sangat penting dalam praktek politik agar mampu mempengaruhi khalayak secara efektif. Politisi membutuhkan kemampuan berbicara yang baik karena hampir sebagian besar aktivitas mereka adalah berbicara atau terlibat dengan pembicaraan politik. Sebab pesan politik adalah objek penting dalam mengomunikasikan ide, gagasan, program, citra diri para komunikator politik dan reputasi serta citra partai politik, termasuk reputasi dan citra institusi resmi pemerintahan. Retorika tak hanya sekedar keahlian

berbicara atau keterampilan mengemas pesan politik, namun lebih dari itu, retorika punya fungsi strategis karena ia berkaitan dengan salah satu komponen penting dalam aktivitas komunikasi politik dalam kaitannya dengan aktivitas kehidupan berbangsa dan bernegara.

Tak ayal, beragam profesi kini membutuhkan kemampuan retorika. Politisi, pejabat pemerintah, aktivis, jurnalis, manajer korporasi, pegawai atau karyawan, ilmuwan, pengusaha, dan guru semua dituntut untuk mampu berretorika dengan baik di hadapan publik. Ada banyak manfaat yang bisa dirasakan langsung jika seseorang memiliki keterampilan berbicara, karena ia merupakan dasar dari eksistensi manusia sebagai makhluk sosial dan makhluk komunikasi. Kemampuan retorika atau *public speaking* yang efektif merupakan salah satu alat penunjang aktivitas manusia untuk semua hampir semua urusannya, terutama mereka yang menggeluti pekerjaan yang bersinggungan dengan aktivitas politik praktis.

#### **D. PROGANDA POLITIK**

Secara etimologis, menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) versi elektronik, propaganda berarti penerangan (paham, pendapat, dan sebagainya) yang benar atau yang salah, yang dikembangkan dengan tujuan meyakinkan orang banyak agar menganut suatu aliran paham, sikap atau arah tindakan tertentu; biasanya disertai dengan janji yang muluk-muluk ([kbbi.web.id/propaganda](http://kbbi.web.id/propaganda)). *The Grolier International Dictionary* mengartikan propaganda sebagai penyebaran secara sistematis doktrin tertentu atau pernyataan yang direkayasa, yang merefleksikan suatu aliran pikiran, pandangan, atau kepentingan (Shoelhi, 2012: 34).

Dalam *Encyclopaedia Britannica* (1997) dan *The Oxford Companion to the English Language*, kata propaganda berasal dari bahasa Neo Latin *propagandus* atau *propagare* yang berarti penyebaran. Kata ini pertama kali dipergunakan Paus Gregorius XV di Italia pada tahun 1622 untuk menamai sebuah lembaga yang mengurus kegiatan misionaris Gereja Katholik Roma, *Congregatio de Propaganda Fide*, sebuah komite tetap kardinal yang bertanggung jawab atas aktivitas para misionaris Katholik. Sejak saat itu, kata propaganda mulai banyak digunakan untuk merujuk pada rencana sistematis dan gerakan terorganisasi untuk menyebarkan suatu dogma, doktrin, paham atau sistem keyakinan tertentu (McArthur, 1992: 333-334).



Propaganda dapat juga didefinisikan sebagai seni permainan kata-kata dalam berkomunikasi yang rumusan pesannya dirangkai tanpa pertimbangan benar atau salah, yang disebarakan secara sistematis dengan metode dan teknik tertentu serta rencana yang matang melalui berbagai alat komunikasi untuk memengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku masyarakat (*to influence mass politics*). Dalam pengertian ini, propaganda memiliki konotasi negatif, meski dalam banyak hal propaganda sendiri tidak selalu bermakna negatif. Namun, jika kita memerhatikan sejumlah definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa propaganda adalah suatu bentuk komunikasi yang menyampaikan kebenaran menurut versi 'sang propagandis' dengan menggunakan cara-cara, metode-metode atau teknik-teknik persuasif tertentu dengan tujuan untuk mengubah atau memengaruhi masyarakat atau massa yang menjadi targetnya, atau memperkenalkan hal-hal baru.

Mengacu pada latar sejarah propaganda di atas, istilah 'propaganda' bukan bersumber dari istilah ilmu komunikasi atau ilmu politik, juga tidak berasal dari dunia 'politik praktis'. Secara historis, istilah propaganda bersumber dari lingkungan gereja Katholik.<sup>14</sup> Dalam perjalanan berikutnya, istilah ini bermetamorfosis, menjadi terkenal dan fenomenal setelah tiga negara (Jerman, Uni Soviet, dan Jepang) menggunakannya sebagai strategi dalam menggerakkan massa. Dalam perkembangan sejarah propaganda, ketiga negara tersebut lah yang dikenal dunia—dan menjadi refleksi bagi negara lain hingga saat ini—sebagai perancang sekaligus aktor pelaku propaganda politik sebagai strategi pengerahan massa paling mematikan selama perang dunia pertama dan kedua.

Di akhir abad ke-19 dikenal konsep propaganda dengan perbuatan atau propaganda aksi (*propaganda by the deed* atau *propagande par le fait*). Konsep propaganda ini merupakan konsep tradisional anarkis, yang mempromosikan tindakan kekerasan secara fisik dalam melawan musuh-musuh politik. Propaganda semacam ini dilakukan, baik oleh individu maupun kelompok, sebagai cara untuk memberikan inspirasi terhadap massa dan mendorong terjadinya gerakan massa, yang umumnya untuk tujuan anarkistis atau revolusi.

---

<sup>14</sup> Istilah ini berasal dari *Sacra Congregatio Christiano Nomini Propagando* (atau Kongregasi Suci Katolik Roma untuk Penyebaran Iman), yakni sebuah departemen/divisi/bagian dari administrasi gereja yang secara khusus mengurus penyebaran ajaran Katholik dan dengan regulasi tertentu untuk negara-negara yang bukan penganut agama Katholik. Namun, dalam perjalanannya, istilah propaganda mengalami popularitas yang luar biasa selama masa dan pasca berkecamuknya Perang Dunia I dan II, kendati di Amerika propaganda punya konotasi negatif. Lihat Budi Irawanto (2004). *Film Propaganda: Ikonografi Kekuasaan*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 8, No. 1. (Edisi Juli). p. 4.

Tak heran, jika negara-negara demokrasi liberal yang dipelopori Amerika dan negara-negara Eropa sangat anti dengan kegiatan propaganda, meskipun sebaliknya, selama masa 'perang dingin' Amerika juga menggunakan aksi-aksi kontra-propaganda dalam menghadapi propaganda politik yang dilakukan oleh negara-negara blok komunis, seperti Soviet-Russia, Cina, Kuba, Korea Utara, Vietnam, dan sebagainya. Propaganda dinilai tidak sedikit pun memberi pencitraan yang baik, bahkan secara umum melahirkan cita dan kesan yang buruk.

Karena secara konseptual, propaganda politik adalah rangkaian pesan yang bertujuan untuk memengaruhi opini/pandangan/pendapat politik seseorang, orientasi/sikap politik masyarakat atau perilaku politik kelompok tertentu, yang tidak semata ditujukan untuk menyampaikan informasi secara obyektif, akan tetapi memberikan informasi yang dirancang untuk memengaruhi pihak yang mendengar atau melihatnya (kendati propaganda dapat dilihat dari konteks kegiatan komunikasi yang erat kaitannya dengan persuasi).

Menurut Arrianie dalam konteks komunikasi politik, propaganda adalah setiap pesan yang disusun secara sengaja (oleh komunikator politik) untuk mendapatkan pengaruh atas penyebaran atau penggunaan (pengaruh) *power* di dalam masyarakat. Bentuk propaganda dalam konteks komunikasi politik (menurut *International Encyclopedia Communication*, 1998) adalah *elite communication*, *hegemonic communication*, *petitionary communication*, dan *associational communication* (Slide perkuliahan Komunikasi Politik, hlm. 7).

Di ranah atau di dunia akademis, konsep propaganda juga cenderung dianggap negatif, karena aktivitasnya yang memang terkait dengan kepentingan politik yang bersifat negatif. Sejumlah referensi tentang gerakan propaganda misalnya, menarasikan bahwa propaganda adalah tindakan atau kebijakan politik yang diarahkan untuk menentukan isi dan tujuan pesan politik yang hendak dicapai untuk kepentingan kekuasaan.

Propaganda politik umumnya melibatkan kekuatan-kekutan politik, seperti pemerintah, partai politik, kelompok atau golongan-golongan politik praktis untuk pencapaian tujuan taktis dan strategis, dan kegiatan propaganda politik itu sendiri terkait dengan penyebaran ideologi, doktrin, faham atau keyakinan-keyakinan politik tertentu yang dalam proses penyampainnya cenderung satu arah (monolog), agitatif, provokatif, dan tidak memberi ruang bagi hadirnya dialog. Secara umum, wujud dari propaganda politik dapat kita lihat dari proses penyampaian gagasan, ide, kepercayaan, atau doktrin dalam rangka mengubah

opini, sikap, dan perilaku individu/kelompok, dengan teknik-teknik memengaruhi dalam suatu mekanisme interaksi politik—baik skala lokal, nasional, regional, maupun internasional—yang tidak setara/egaliter.

## E. PERIKLANAN POLITIK

Secara kondisional selain berfungsi memberikan pemahaman tentang keberadaan suatu produk, iklan sekaligus menjadi “mediasi dalam membujuk konsumen untuk secara suka rela mencoba atau membeli produk yang ditawarkan”. Artinya, melalui iklan yang menawarkan aneka ragam kebutuhan (termasuk iklan politik dengan isi pesan politik) diupayakan agar kebutuhan konsumen (pemilih) dapat dicapai (Sumartono, 2002: 13).

Otto Kleppner, adalah seorang ahli periklanan ternama yang berjasa besar yang merunut asal-usul istilah iklan (*advertising*). Dalam bukunya yang berjudul *Advertising Procedure* (diterbitkan pertama kali oleh Prentice-Hall, inc pada tahun 1925), Kleppner menyebut bahwa akar kata *advertising* berasal dari bahasa Latin *ad-vere* yang berarti meng-‘oper’-kan pikiran dan gagasan kepada pihak lain. Definisi Kleppner memiliki kemiripan dengan pengertian transmisi pesan sebagaimana dipahami dalam konsep ilmu komunikasi (Jaiz, 2014: 1).

Sementara menurut Keegan et.al., iklan (dalam bahasa Indonesia disebut pariwara) adalah segala bentuk pesan promosi benda seperti barang, jasa, produk jadi, dan ide yang disampaikan melalui media dengan biaya sponsor dan ditunjukan kepada sebagian besar masyarakat untuk menawarkan ide, barang, atau jasa (Machfoedz, 2010: 139). Sementara menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), iklan adalah: “[1] berita atau pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan; [2] pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum (kbbi.web.id/iklan). Sementara Renald Kasali (1992: 21), mendefinisikan sebagai pesan yang memanfaatkan suatu produk yang ditujukan oleh suatu masyarakat lewat suatu media”.

Di sisi lain, Armstrong dan Kotler (2002: 153), memaknai iklan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada suatu media; sedangkan periklanan didefinisikan sebagai bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara non personal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran.” Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun

sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian (Tjiptono, 2005: 226). Atau secara lebih sederhana iklan adalah pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media (Kasali, 1992: 9).

Sementara periklanan (sebagai kata kerja dari iklan) didefinisikan oleh Jefkins sebagai pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada calon pembeli yang paling potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan biaya yang semurah-murahnya. Iklan adalah promosi barang, jasa, perusahaan, dan ide yang harus dibayar oleh sponsor (Jefkins, 1997: 5). Sementara menurut Kasali, periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, direct mail (pengeposan langsung), reklame luar ruang, atau kendaraan umum (Kasali, 1992: 10).

Iklan (*advertisement*) adalah produk yang dihasilkan dari kegiatan beriklan (periklanan atau *advertising*). Jadi, iklan adalah produknya (barangnya, pesannya, bendanya) sedang periklanan adalah proses kegiatan, mulai dari merancang, membuat hingga kampanye iklan ke masyarakat. Ini sesuai dengan definisi dari Masyarakat Periklanan Indonesia, bahwa periklanan adalah “keseluruhan proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan penyampaian iklan”. Sementara iklan adalah “segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan melalui suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat”. Tetapi dalam penggunaannya di masyarakat, sering kali istilah iklan dan periklanan dianggap sama (Kriyantono, 2013: 5).

Dapat disimpulkan, bahwa iklan (atau periklanan) didefinisikan secara relatif berbeda oleh beberapa ahli. Ada ahli yang lebih melihat aktivitas iklan atau periklanan dari sudut pandang komunikasi (murni periklanan, pemasaran) dan ada pula yang melihatnya dari perspektif psikologi. Kesemua definisi di atas membawa konsekuensi ke arah definisional yang berbeda. Bila dalam perspektif komunikasi iklan lebih ditekankan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, sementara dalam perspektif periklanan, iklan lebih dilihat sebagai aspek penyampaian pesan kreatif yang di sampaikan melalui media khusus, dan perspektif pemasaran lebih menekankan pemaknaan iklan sebagai alat pemasaran (menjual produk), maka dalam perspektif psikologi, iklan lebih dimaknai sebagai aspek persuasif pesan.

Periklanan politik secara harafiah adalah konsep yang ingin menjelaskan tentang logika iklan sebagai sarana persuasi politik. Kata dasarnya adalah tetap bersumber dari 'iklan' (*advertising*) dan 'politik' (*politics*). Secara sederhana, iklan atau periklanan politik adalah segala bentuk aktivitas yang terkait dengan pesan-pesan atau informasi-informasi politik tentang suatu produk (barang atau jasa) yang bersifat politik yang disampaikan melalui suatu, dan dibiayai oleh individu atau sekelompok pemrakarsa, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat (selaku khalayak atau konsumen politik).

Iklan (termasuk iklan atau periklanan politik, *political advertising*) adalah suatu bentuk komunikasi non personal yang berfungsi menyampaikan suatu jenis informasi atau pesan politik tertentu (umumnya berbayar) sesuai keinginan dari institusi/sponsor tertentu melalui media massa yang bertujuan memengaruhi/mempersuasi khalayak agar membeli suatu produk atau jasa politik yang ditawarkan.

Iklan politik adalah tindakan spesifik dirancang untuk mengiklankan sebuah aktivitas politik (seperti kampanye dalam kontestasi politik, seperti pemilihan presiden, pemilihan legislatif, pemilihan kepada daerah) dengan mempekerjakan sekelompok profesional yang umumnya terdiri dari *event organizer*, konsultan politik, selebritis, influencer, dan staf kampanye yang dilakukan, disengaja, dikoordinasikan secara hati-hati dan kemudian dipublikasikan dalam rangkaian alat publikasi seperti penggunaan media yang dibayar (surat kabar, radio, televisi, dan lain lain) agar dapat menjangkau target khalayak/*audiens* agar berdampak memberikan pengaruh terhadap hasil keputusan publik ([id.wikipedia.org/wiki/Iklan\\_kampanye](https://id.wikipedia.org/wiki/Iklan_kampanye)).

Dalam hal komunikasi politik, pandangan McLuhan terkait iklan politik akan memberi makna bahwa media politik merupakan pesan politik yang akan berguna untuk pembentukan citra politik. Bagi McLuhan, media secara umum adalah perpanjangan indra manusia. Dengan media kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang tidak kita alami secara langsung. Berbasis argumen McLuhan di atas, maka aktivitas kampanye politik (khususnya melalui penggunaan iklan politik, terutama iklan audio visual), akan memberi efek besar dan signifikan dalam membentuk citra politik. Menurut Cwalina dan Falkowski dalam *Political Communication and Advertising in Poland* (dalam Adarinus, 2006: 221), iklan politik berperan penting dan strategis, yang akan memberi manfaat sangat efektif dalam: Membentuk citra konstantan dan sikap emosional terhadap kandidat.

1. Membantu para pemilih untuk terlepas dari ketidakpastian pilihan karena memiliki kecenderungan untuk memilih konstantan tertentu.
2. Alat untuk melakukan rekonfigurasi citra konstantan (baik citra diri aktor politik/politisi maupun citra institusi, seperti pemerintah atau partai politik).
3. Mengarahkan untuk memilih konstantan tertentu.
4. Mempengaruhi opini publik tentang isu-isu nasional.
5. Memberi pengaruh terhadap evaluasi dan interpretasi para pemilih terhadap kandidat dan aktivitas politiknya, maupun even-even politik yang diselenggarakannya.

Menurut Linda Kaid (dalam Putra, 2007: 40), iklan politik melalui televisi setidaknya memberi tiga pengaruh terhadap para pemilih: (1) pengetahuan pemilih, (2) persepsi terhadap kontestan, dan (3) preferensi pilihan. Pengaruh pertama ditunjukkan oleh identifikasi nama kontestan atau kandidat yang disebut sebagai *brand name recognition* (pengenalan nama merek). Untuk identifikasi nama (merek), iklan lebih efektif dibandingkan komunikasi melalui pemberitaan, khususnya untuk kandidat atau kontestan baru. Para pemilih juga lebih mudah mengetahui isu-isu spesifik dan posisi kandidat terhadap isu tertentu melalui iklan dibandingkan dengan pemberitaan. Pemilih yang tingkat keterlibatannya sedikit dalam kampanye lebih terpengaruh oleh iklan politik.

Pengaruh kedua adalah efek pada evaluasi kandidat atau kontestan. Iklan televisi memberi dampak signifikan terhadap tingkat kesukaan terhadap kontestan atau kandidat, khususnya terhadap policy serta kualitas kandidat yang meliputi kualitas instrumental, dimensi simbolis, dan *fenomena optis* (karakter verbal dan nonverbal). Dampak tersebut bisa negatif dan bisa pula positif. Tingkat pengaruh tersebut tergantung pada konsep kreatif, eksekusi produksi, dan penempatan (*placement*) iklan tersebut.

Pengaruh ketiga adalah preferensi pilihan. Berbagai studi eksperimental menunjukkan, iklan politik mempunyai pengaruh terhadap preferensi pilihan, khususnya bagi pemilih yang menetapkan pilihan pada saat-saat terakhir. Variabel penting yang mempengaruhi preferensi tersebut adalah formasi citra dan tingkat *awareness* para pemilih terhadap kontestan. Pemilih yang keterlibatannya dalam dunia politik rendah lebih mudah dipengaruhi oleh iklan politik dibandingkan pemilih yang keterlibatannya lebih tinggi.

Kenneth Goldstein, pakar politik Universitas Wisconsin mengatakan, iklan politik bisa mempengaruhi, terutama dalam pemilihan antara dua calon presiden

yang memiliki kualitas dan kemampuan hampir sama. Di negara maju, partai politik yang bersaing dalam pemilu memiliki massa fanatik sendiri yang disebut *true believers* sehingga suara *swing voters* yang kecil akan sangat menentukan kemenangan (T. Yuliani, 2004). Namun, menurut Roderick Hart, profesor ilmu politik Universitas Texas, tidak ada kajian dan penelitian cukup yang bisa memastikan dan memuaskan apakah iklan politik bisa menggalang suara bagi para calon presiden. Ditambahkan, ada semacam kepercayaan di masyarakat, betapa pun kuatnya pengaruh iklan di televisi, efektivitas iklan politik belum bisa menjamin kemenangan kandidat (Andre, 2009).

Al Ries dan Laura Ries dalam *The Fall of Advertising and the Rise of PR* (2002) bahkan menyebut era periklanan kini berakhir. Era iklan kini telah surut, dan tengah digantikan oleh era *public relation* (PR). Iklan, menurutnya, telah gagal dalam menyajikan kredibilitas di hadapan pemirsa dan meningkatkan penjualan produk. Ries dan Ries sendiri bukan antiperiklanan; keduanya meletakkan periklanan sebagai kelanjutan *public relations* (PR). PR-lah yang membentuk merek (citra), yang selanjutnya diperteguh iklan. Jadi, memercayai iklan untuk meyakinkan pemirsa akan kredibilitas isi tayangannya menjadi pekerjaan sia-sia.

Iklan (termasuk iklan politik) adalah murni wilayah komersial, siapa pun bisa beriklan asal mampu membayar. Logis jika partai besar dengan sumber dana berlimpah lebih mampu beriklan ketimbang parpol gurem. Ketika beriklan, partai politik menjual program dan gagasan, sama dengan perusahaan yang ingin menjual produk. Namun, banyaknya iklan tidak menjamin produk kian laku. Juga dalam kampanye pemilu, membeli iklan di media bukan otomatis membeli suara pemilih. Meningkatnya dukungan suara tidak sepenuhnya disebabkan oleh keberhasilan teknik beriklan, terlebih lagi untuk iklan politik. Preferensi pemirsa tidak secara linier berubah dengan adanya iklan-iklan yang menggunakan teknik atau kreativitas tinggi. Fenomena keterisolasian iklan dari preferensi pemilih berlaku tidak hanya di negara yang ikatan primodial dan paternalismenya kuat, tetapi juga ditemui di negara-negara yang memiliki tradisi politik rasional dan karakter berdemokrasi yang kuat.

## **F. KAMPANYE POLITIK**

Secara etimologi kata kampanye berasal dari bahasa Perancis, '*campaign*' yang artinya lapangan, operasi militer (Santoso, dkk., 2018: 1-10). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kampanye adalah: "[1] gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi, dan sebagainya); [2] kegiatan yang

dilaksanakan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing memperebutkan kedudukan dalam parlemen dan sebagainya untuk mendapat dukungan massa pemilih dalam suatu pemungutan suara; [3] gerakan untuk melawan (mengadakan aksi) serentak dengan jalan menyiarkan kabar angin; [4] kampanye yang dilaksanakan dalam rangka promosi untuk meningkatkan atau mempertahankan penjualan dan sebagainya” (kbbi.web.id/kampanye).

Sementara pengertian kampanye menurut Undang-Undang No. 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, pada pasal 1 angka 26 adalah kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program peserta pemilu.

Mengacu pada pandangan Rogers dan Storey dalam *Communication Campaign* (1987), kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Jadi pada dasarnya kampanye merupakan hal lumrah yang sering ditemukan. Bahkan dalam beberapa waktu sering kali ditemukan implementasi dari proses kampanye yang tidak sejalan dengan regulasi yang telah disepakati bersama (Venus, 2004: 20).

Ditelisik dari sisi historis, kampanye sebenarnya telah ada sejak era pemilihan umum dalam dunia politik, sama tuanya dengan sejarah politik negara kota (*city state*) era Yunani dan Romawi. Fenomena kampanye ini erat terkait dengan kelompok-kelompok kepentingan dan partai politik. Masa kampanye pemilu Amerika Serikat di awal abad ke-19 dapat dikatakan telah menciptakan partai politik berbasis massa pertama dan menciptakan banyak teknik dan strategi kampanye berbasis massa ([www.roosevelthouse.hunter.cuny.edu/](http://www.roosevelthouse.hunter.cuny.edu/)).

Memasuki paruh kedua dasawarsa tahun 70-an minat untuk menguji kampanye marak dari pakar-pakar ilmu komunikasi. Saat itu, kampanye politik seakan telah memancarkan harapan baru dalam mendorong perubahan sosial dan prospeknya bagi penelitian komunikasi politik. Optimisme semacam itu berkembang terutama setelah hasil-hasil penelitian yang dilakukan oleh Mendelsohn (Richard M. Perloff, 1993), Warner (1997), A.J. Meyer, Nash, Mcalister, Maccoby, dan Farquhar (Perry, 2002). Publikasi seluruh hasil penelitian tersebut secara umum menegaskan bahwa sebuah kampanye politik yang dikonstruksi dengan baik akan memberikan efek yang luar biasa terhadap khalayak politik yang menjadi sasarannya. Studi yang kemudian dikenal sebagai studi perilaku



pemilih ini menyimpulkan bahwa masa ini adalah era kesuksesan kampanye politik ([dokumen.tips/documents/sejarah-dan-makna-kampanye-print.html](http://dokumen.tips/documents/sejarah-dan-makna-kampanye-print.html)).

Kampanye politik adalah sebuah upaya yang terorganisir-bertujuan untuk memengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih dan kampanye politik selalu merujuk pada kampanye pada pemilihan umum ([id.wikipedia.org/wiki/Kampanye\\_politik](http://id.wikipedia.org/wiki/Kampanye_politik)). Kampanye politik adalah aktivitas penonjolan pesan politik yang tercermin dari ide, gagasan, program atau *platform* politik yang diusung oleh seorang kandidat, bahwa sang kandidat (atau calon) ingin berbagi dengan pemilih.

Menurut Rice dan Paisley dalam *Public Communication Campaign* (1981), kampanye adalah keinginan (taktis dan strategis) untuk memengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif. Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh seseorang, sekelompok orang atau organisasi politik di waktu tertentu dengan maksud untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat. Pesan (politik) sering terdiri dari beberapa poin yang secara khusus membahas isu-isu kebijakan politik. Poin-Poin ini akan dirangkum dari ide utama dari kampanye dan sering diulang untuk menciptakan kesan abadi kepada pemilih. Dalam banyak pemilihan, para kandidat partai politik akan selalu mencoba untuk membuat para kandidat atau calon lain menjadi 'tanpa pesan' berkaitan dengan kebijakannya atau berusaha untuk pengalihan pada pembicaraan yang tidak berkaitan dengan poin kebijakan atau program ([victorystore.com/21-rules-for-winning-a-campaign](http://victorystore.com/21-rules-for-winning-a-campaign)).

Pelaksanaan kampanye merupakan tindakan profesional yang juga melibatkan media untuk memudahkan menjangkau khalayak dalam jumlah. Adapun tujuan kampanye politik adalah (Wahid, 2016: 164-165):

1. Melakukan persuasi pihak lainnya (target) untuk menerima, memodifikasi, atau menolak ide-ide, sikap-sikap, tindakan-tindakan praktis, dan perilaku tertentu.
2. Upaya propaganda terhadap pemberi suara yang potensial.
3. Menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar.
4. Memengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan sebagai target/sasaran.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dinyatakan bahwa kampanye politik adalah (Wahid, 2016: 64):

1. Proses transformasi informasi dalam beragam bentuk pesan politik kepada khalayak melalui saluran dan media komunikasi tertentu untuk memengaruhi serta menciptakan opini publik
2. Sebuah upaya terorganisir yang bertujuan memengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih. Kampanye politik selalu merujuk pada kampanye pemilihan umum.
3. Bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh seseorang, kelompok, atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat. Kampanye politik diatur dengan peraturan tersendiri, baik waktu, tata cara, pengawasan, dan sanksi-sanksi jika terjadi pelanggaran. Dengan demikian, kampanye politik adalah kegiatan yang bersifat formal sebagai ajang perebutan jabatan politik.

Ditinjau dari sisi perencanaan, Assifi dan French dalam *Guidlane for Planning Communication Support for Rural Development Campaigns* (1982) menyebut 8 (delapan) langkah perencanaan komunikasi untuk kampanye, yaitu: (1) menganalisis masalah; (2) menganalisis khalayak; (3) merumuskan tujuan; (4) memilih media; (5) mengembangkan pesan; (6) merencanakan produksi media; (7) merencanakan manajemen program; dan (8) monitoring dan evaluasi (Nasution, 1994: 20).

Sementara Dan Nimmo dan Thomas Unga dalam *American Political Pattern* (1973) menjelaskan tiga fase perencanaan kampanye politik, yaitu (Cangara, 2011: 287):

1. Fase pengorganisasian meliputi: kapan staf, informasi, dan dana dikumpulkan, strategi dan taktik ditetapkan, semangat kelompok dibangkitkan.
2. Fase pengujian meliputi; kapan calon menggalang para anggota menawarkan kemudahan kepada orang-orang yang belum jadi anggota.
3. Fase kritis meliputi: suatu titik di mana calon memilih belum menentukan sikap terhadap partai atau siapa yang akan didukung atau dipilih.

Ditinjau dari sisi orientasi, setidaknya terdapat 6 (empat) orientasi kampanye, yaitu (Nimmo, 2009: 48-49):

1. Kampanye Berorientasi Produk (*Product Oriented Campaign*)
2. Kampanye Berorientasi Kandidat (*Candidat Oriented Campaign*)

3. Kampanye Berorientasi Ideologis (*Ideologically Oriented Campaign*)
4. Kampanye Berorientasi Menyerang (*Attacking Oriented Campaign*)

Ditinjau dari sisi isi, ada beberapa macam kampanye, diantaranya adalah (Indrayani, 2018: 48-19):

1. *Kampanye Positif (Positive Campaign)*

Kampanye positif umumnya berisi pengenalan tentang produk atau individu (aktor politik, politisi atau kandidat) yang ingin dikampanyekan. Isi informasi atau pesan (politik) pada disampaikan umumnya menampilkan visi, misi, program yang bersifat umum dan positif.

2. *Kampanye Negatif (Negative Campaign)*

Kampanye negatif adalah kampanye dengan mengangkat kelemahan lawan disertai dengan fakta. Hal ini merupakan *negative campaign*, itu boleh. Sebab, publik harus tahu calon ini apa kelemahannya. Berbeda dengan kampanye hitam, kampanye negatif boleh dilakukan. kampanye negatif dilakukan dengan menunjukkan kelemahan dan kesalahan pihak lawan politik, maka kampanye hitam adalah menuduh pihak lawan dengan tuduhan palsu atau belum terbukti, atau melalui hal-hal yang tidak relevan terkait kapasitasnya sebagai pemimpin. Sebagai contoh, kampanye negatif dalam kontes pemilihan presiden (pilpres) dilakukan dengan mengumbar data hutang luar negeri petahana calon presiden (capres) oleh pihak lawan. Sementara contoh untuk kampanye hitam, menuduh seseorang tidak pantas menjadi pemimpin karena agama atau rasnya.

Kampanye hitam adalah kampanye yang mengarah ke pembunuhan karakter dan cenderung memfitnah untuk menjatuhkan kandidat lawan. Isinya fitnah, kebohongan dan tuduhan tanpa bukti. Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2008 (Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah) pasal 41 disebutkan beberapa hal yang dilarang dalam kampanye, terutama larangan yang berkaitan dengan kampanye hitam, yaitu: (a) menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon atau Pasangan Calon yang lain; (b) menghasut dan mengadu domba perseorangan atau masyarakat. Metode kampanye hitam yang digunakan biasanya desas-desus dari mulut ke mulut dan sekarang ini telah memanfaatkan kecanggihan teknologi, multimedia dan media massa. Kampanye jenis inilah yang bisa dijerat dengan hukum, minimal dapat sangsi dari KPU jika tim capres melakukan kampanye jenis ini.

### 3. Kampanye Hitam (*Black Campaign*)

Cara-cara yang dipakai dalam berkampanye hitam biasanya dilakukan dengan teknik menyebarkan kejelekan atau keburukan tentang seseorang politikus (umumnya dilakukan oleh kompetitor politik), dengan cara seperti memunculkan cerita buruk di masa lalunya, menyebarkan cerita yang berhubungan dengan kasus hukum yang sedang berlangsung, menyebarkan cerita bohong atau fitnah. Untuk menguatkan cerita masa lalu atau kisah buruk tersebut biasanya si penyebar cerita akan menyertakan berupa bukti foto. Foto-foto tersebut bisa saja benar-benar terjadi, bisa juga benar-benar terjadi tapi tidak terkait langsung dengan permasalahan, namun si penyebar foto berharap asumsi masyarakat terbentuk atau bisa juga foto tersebut hasil rekayasa/manipulasi dengan bantuan teknologi komputer.

### 4. Kampanye Ilegal (*Illegal Campaign*)<sup>15</sup>

Kampanye ilegal adalah kampanye yang dilakukan oleh partai atau kandidat politik yang tidak mematuhi aturan dan ketentuan kampanye. Kampanye ilegal dilakukan dengan cara terselubung atau juga pada masa kampanye di luar ketentuan organisasi penyelenggaraan pemilu (KPU). Penggunaan alat peraga kampanye (APK) yang tidak sah, atau bukan berasal dari kebijakan, atau termasuk dalam bagian material dari kampanye peserta pemilu, yaitu pihak para kandidat sebagai peserta pemilu maka dengan demikian kampanye yang ilegal merupakan sebuah kampanye yang melanggar ketentuan hukum.

Adapun jenis atau bentuk kampanye menurut Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) No. 35 Tahun 2004 tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden (yang mengatur semua jenis atau bentuk kampanye) terdiri dari 9 (sembilan) jenis/bentuk, meliputi:

1. Debat publik/debat terbuka antarcalon
2. Kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan
3. Pemasangan alat peraga di tempat umum
4. Penyebaran bahan kampanye kepada umum
5. Penyebaran melalui media cetak dan media elektronik
6. Penyiaran melalui radio dan atau televisi
7. Pertemuan terbatas

---

<sup>15</sup> Lihat Indrayanti (2018).

8. Rapat umum
9. Tatap muka dan dialog

## **G. VISUAL POLITICAL CAMPAIGN**

Model kampanye politik melalui sarana komunikasi visual merupakan salah satu varian dari model kampanye politik konvensional. Model kampanye politik visual mengalami pertumbuhan pesat, disamping model kampanye politik melalui media sosial. Sebagaimana sarana komunikasi lainnya, tujuan kampanye politik dalam model komunikasi visual dapat juga berupaya menyoroti tiga aspek untuk mengubah perilaku pemilih, yakni:

1. Aspek kognisi, dari tidak tahu menjadi tahu.
2. Aspek afeksi, dari tidak suka menjadi suka atau dari tidak yakin menjadi yakin.
3. Aspek konasi, dari tidak bertindak/pasif menjadi bertindak/aktif).

Komunikasi visual (*visual communication*) sendiri bermakna segala sesuatu yang dapat dilihat dan merespon oleh indera penglihatan kita, yaitu mata. Secara etimologis, akar kata visual bersumber dari bahasa Latin, '*videre*' yang artinya *melihat*, kemudian diserap ke dalam bahasa Inggris menjadi '*visual*'. Komunikasi visual adalah payung dari berbagai kegiatan komunikasi yang menggunakan unsur rupa (*visual*) pada berbagai media: percetakan/grafika, luar ruang (marka grafis, papan reklame), televisi, film/video, internet, dan sebagainya, dua dimensi maupun tiga dimensi, baik yang statis maupun bergerak (*time based*) ([fsrd.itb.ac.id/kelompok-keahlian/komunikasi-visual-dan-multi-media/](http://fsrd.itb.ac.id/kelompok-keahlian/komunikasi-visual-dan-multi-media/)).

Menurut Perbawasari, dkk (2014: 33), komunikasi visual adalah proses komunikasi dengan menggunakan media-media yang sifatnya visual (dapat diindra atau dilihat oleh mata), seperti poster, foto, film, dan lain lain. Dengan demikian, komunikasi visual adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya.

Menurut Sanyoto dalam *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain* (2006), komunikasi visual adalah (dalam Hutagalung dan Riwinoto, 2015: 152-153):

1. Komunikasi yang menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual yang menjadi kekuatan utama dalam menyampaikan komunikasi

adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan.

2. Secara harafiah, komunikasi Visual, secara harfiah berarti proses transformasi ide dan informasi dalam bentuk yang dapat dibaca dan ditanggapi (berupa bentuk visual). Komunikasi visual, biasanya diasosiasikan dengan seni rupa, simbol-simbol, fotografi, tipografi, lukisan, desain grafis, ilustrasi dan lain-lain.
3. Konsep komunikasi visual adalah memadukan unsur-unsur desain grafis, seperti kreativitas, estetika, efisiensi, komunikatif dan lain-lain, untuk menciptakan suatu media yang dapat menarik perhatian, juga menciptakan media komunikasi yang efektif agar diapresiasi oleh komunikan/*audiens*. Perancangan komunikasi visual ini dapat dipadukan dengan strategi komunikasi, psikologi dan sosial/kajian antropologi budaya.
4. Komunikasi visual juga merupakan salah satu cara penyampaian pesan secara visual, maksudnya, melalui sesuatu yang dapat dilihat, dapat berupa gambar, ilustrasi, tulisan maupun bentuk-bentuk lainnya, serta pada prinsipnya selama pesan tersebut dapat dilihat. Komunikasi visual itu sendiri, sebenarnya, merupakan proses penyampaian pesan, yang menggunakan daya tarik bentuk, komposisi, baik komposisi dalam hal penggunaan warna, atau pun pemilihan tipe huruf, yang biasanya disesuaikan dengan momen, atau situasi, atau pun konteks untuk siapa pesan tersebut ditujukan. Jadi, Komunikasi visual adalah komunikasi yang menggunakan lambang-lambang visual, dan merupakan bagian dari komunikasi secara keseluruhan.

Dalam konteks komunikasi visual ini, terdapat salah satu bentuk kampanye yang disebut dengan kampanye politik visual. Kampanye politik visual saat ini telah menjadi bagian penting (jika bukan utama) dari teknik kampanye politik. Pasalnya, dalam proses kampanye politik terdapat perdebatan untuk memperebutkan kekuasaan, kepentingan, tujuan politik, yang seringkali memunculkan konflik yang terjadi di antara beberapa pihak. Salah satu proses komunikasi yang berkaitan dengan terbentuknya opini publik adalah kampanye politik visual dengan beragam bentuk pesan dan pemanfaatan media, berupa iklan politik. Semua bentuk kampanye sebagai upaya untuk melakukan persuasi dan propaganda, dengan target agar pemilih memberikan suaranya untuk memenangkan calon (Dermawan, 2018: 60).

Wahid (2016: 163) menyebutkan, iklan politik (termasuk iklan politik visual) merupakan salah satu bentuk pesan politik yang digunakan dalam kampanye pemasaran politik. Tidak ada peristiwa politik yang luput dari kampanye politik, dan tidak lah lengkap sebuah ritual kampanye politik tanpa iklan politik. Iklan dipercaya memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi dan opini publik. Meski dipenuhi kontroversi, iklan politik tetap menjadi pilihan strategis dalam kampanye politik. Dalam kampanye politik visual, penentuan kalimat, tagline, logo, desain, tata letak, tipografi, ilustrasi, dan kombinasi warna umumnya di desain dan dikemas oleh desainer dan konsultan politik profesional (Hutagalung dan Riwinoto, 2015: 154).

Jelang pilkada serentak tahun 2018 dan pelaksanaan pilpres 2019 lalu, sejumlah spanduk dari bakal calon gubernur, walikota, bupati, anggota DPRD tingkat I dan II, hingga spanduk bakal calon presiden/wakil presiden menghiasi sejumlah besar sudut-sudut kota dan desa di hampir seluruh titik strategis politik Tanah Air, baik berupa papan reklame, baliho, *banner*, atau poster (termasuk stiker dan selebaran). Beragam tanggapan diberikan masyarakat terkait maraknya spanduk iklan bakal calon tersebut, kendati tidak semua responden menyatakan tertarik terhadap iklan politik tersebut (Dermawan, 2018: 60-61)

Meski sejatinya, iklan politik dihadirkan sekadar menjadi alat bantu untuk membentuk fokus politik khalayak pemilih terhadap para calon, sekaligus mendekatkan gagasan dan karya nyata sang calon pada masyarakat calon pemilih, namun dalam setiap etape kampanye politik, keberadaan iklan politik menjadi salah kaprah. Iklan politik visual tak jarang diposisikan sebagai 'obat mujarab' (*panasea*) yang mampu mengatasi segalanya kerumitan politik terkait komunikasi politik antara calon dengan khalayak. Harus diakui, sebuah logo identitas politisi dan nama parpol memang menjadi penanda visual yang sangat penting dalam perhelatan pilkada atau pilpres. Kenapa demikian, karena logo menjadi batang tubuh sebuah identitas visual parpol. Bagi parpol, logo dilahirkan sebagai identitas plus jati diri yang kuat dan utuh. Kehadirannya sebagai penanda visual wajib memiliki ciri khas tersendiri. Perwujudan karakter logo tersebut akan menjadi pembeda visual antara parpol yang satu dengan partai politik lainnya (Tinarbuko, 2020).

Karena para calon terjerumus dalam sindrom 'menggampangkan' urusan komunikasi politik dirinya dengan khalayak, maka cara mereka kampanye mereka pun hanya mengandalkan pemasangan APK berbentuk baliho dan iklan luar ruang lainnya. Dalam konteks kampanye edukatif dan dialogis, cara kampanye semacam itu kurang efektif dan berujung menjadi sampah visual.

Selain itu, tampilan komunikasi visual atas desain APK mendorong matinya ilmu komunikasi visual di ranah industri kreatif iklan luar ruang ((Tinarbuko, 20 19).

Sementara itu, sampah visual iklan politik dipahami sebagai sebetuk iklan politik dari setiap etape penyelenggaraan pemilu negeri ini yang dipasang, ditancapkan, direntangkan, dipakukan dan ditempelkan di seluruh ruang publik. Ia menjadi sampah visual iklan politik, karena penempatannya tidak sesuai dengan aturan pemasangan APK yang berlaku secara resmi serta disepakati bersama oleh para pihak. APK bersalin wajah menjadi teroris visual karena penempatan iklan politik sebagai alat peraga kampanye politik visual yang tidak lagi peduli dan mau mempertimbangkan ekologi visual dan estetika kota. Atas penjajahan visual yang dilakukan teroris visual tersebut, muncullah vonis sosial sampah visual iklan politik yang dikumandangkan warga masyarakat. Selain memberikan label negatif APK peserta Pemilu 2019, mereka juga melakukan perlawanan sosial atas tebaran sampah visual iklan politik yang secara visual menjajah ruang publik.

Benar, bahwa dalam kehidupan politik di negara yang menganut sistem politik demokratis, kampanye politik menjadi salah satu elemen strategis dalam memperkenalkan kandidat kepada masyarakat. Kita memahami kampanye politik sebagai upaya terorganisir yang berusaha memengaruhi proses pengambilan keputusan dalam kelompok tertentu. Dengan tujuan untuk memenangkan pemilu tertentu, maka setiap calon perlu mempertimbangkan strategi dan *planning* yang matang. Strategi dan perencanaan ini sangat penting karena menentukan kemenangan calon dalam proses pemilu. Seperti disampaikan Ed Goeas dari *The Tarrance Group* (yang berkantor pusat di Amerika): “kampanye adalah soal memaksimalkan kelebihan anda dan menetralkan kelemahan anda, sambil pada saat yang sama menetralsisir kelebihan lawan dan menonjolkan kelemahan mereka” (Fatimah, 2018: 15).

Namun, tak jarang kita juga menyaksikan berbagai upaya yang dilakukan para pahak yang melakukan kampanye politik dengan teknis visual juga berpotensi memberi dampak negatif yang kurang sehat dalam proses politik tersebut. Disamping, kampanye politik yang dilakukan para calon sering diwarnai dengan upaya menjatuhkan lawan, atau kampanye hitam, kampanye politik visual juga menghadirkan sampah politik visual yang membebani pemerintah dan masyarakat. Model kampanye politik visual dengan iklan politik sebagai ujung tombaknya, harusnya bisa menjadi bagian dari dekorasi kota yang indah, penuh warna, memenuhi aspek etika dan keseimbangan lingkungan, dan tidak membenani wajah kota.



Sayang, potensi artistik yang muncul dari tata visual iklan politik itu oleh para calon kontestan politik yang minim estetika visual menjadi sering digunakan secara salah kaprah. Iklan politik yang ditebarkan di ruang publik oleh tim sukses dalam setiap even kampanye politik, secara visual seringkali meninggalkan problem sosial, politik, dan kulturalnya sendiri.

**TABEL 12 Perbedaan Kampanye Politik dan Propaganda (1)**

Aspek	Kampanye	Propaganda
Sumber	Jelas	Samar-samat
Waktu	Terikat dan dibatasi	Tidak terikat waktu
Sifat gagasan	Terbuka untuk diperdebatkan	Tertutup, dan dianggap sudah mutlak benar
Tujuan	Tegas, spesifik, dan variatif	Umum, dan ditujukan untuk mengubah sistem kepercayaan
Modus Penerimaan Pesan	Kesukarelaan/persuasif	Paksaan/koersi
Modus tindakan	Diatur kode bertindak/etika	Tanpa aturan
Sifat kepentingan	Mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak	Kepentingan sepihak

Sumber: "Persuasi Politik," in <https://repository.unikom.ac.id/pdf>.

**TABEL 13 Perbedaan Kampanye Politik dan Propaganda (2)**

Persuasi Politik Sebagai Retorika	Persuasi Politik Sebagai Agitasi
<p>Retorika adalah seni berbicara yang dilakukan seorang komunikator dengan cara menggabungkan antara kekuatan ingatan (logika), perasaan (emosi) dan 'harga diri' (kredibilitas) sang komunikator. Retorika disebut-sebut sebagai awal lahirnya Ilmu Komunikasi. Retorika, kata Aristoteles adalah <i>segala upaya yang bertujuan untuk persuasi</i>. Menurutnya, retorika mengandung tiga unsur: <i>Ethos</i> (kredibilitas sumber), <i>Pathos</i> (hal yang menyangkut emosi/perasaan), dan <i>Logos</i> (hal yang menyangkut fakta).</p>	<p>Agitasi politik, menurut Harbert Blumer beroperasi untuk membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak. Dimulai dengan cara membuat kontradiksi dalam masyarakat dan menggerakkan khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang dialami selama ini (penuh ketidakpastian dan penuh penderitaan) dengan tujuan menimbulkan kegelisahan di kalangan massa. Orang yang melakukan agitasi disebut agitator yang oleh Nepheus Smith disebut sebagai orang yang berusaha menimbulkan ketidakpuasan, kegelisahan atau pemberontakan orang lain. Khalayak dengan ucapan dan tulisannya.</p>
Persuasi Politik Sebagai Propaganda	Persuasi Politik Sebagai Periklanan
<p>Propaganda, pada awalnya sebagai bentuk kegiatan penyebaran agama khatolik Pada Tahun 1822 Paus Gregorius XV membentuk suatu komisi kardinal yang bernama <i>Congregatio de Propaganda Fide</i> untuk menumbuhkan keimanan kristiani di antara bangsa-bangsa. Propagandis adalah orang yang melakukan propaganda yang mampu menjangkau khalayak kolektif lebih besar, biasanya dilakukan oleh politikus atau kader partai politik yang memiliki kemampuan dalam melakukan sugesti kepada khalayak dan menciptakan suasana yang mudah terkena sugesti (<i>suggestivitas</i>). Di negara demokratis menurut W. Dobb dipahami sebagai suatu usaha individu atau kelompok yang berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok individu lainnya dengan menggunakan sugesti. Sedangkan Harbert Blumer, suatu kampanye politik dengan sengaja mengajak, mempengaruhi guna menerima suatu pandangan, sentimen atau nilai.</p>	<p>Karakteristik periklanan politik adalah suatu mekanisme konvergensi, yang beroperasi sebagai komunikasi satu kepada banyak erhadap individu-individu di dalam suatu massa yang heterogen, dan bukan sebagai anggota kelompok yang agak homogen. Periklanan politik termasuk kedalam periklanan non komersial. Para pengiklan politik menaruh minat terhadap karakteristik anggota-anggota khalayak karena dua alasan. Pertama, ada kemungkinan bahwa pola komunikasi dipengaruhi demografi; artinya orang berbeda-beda dalam: kebiasaan menonton TV karena usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, dan sebagainya. Kedua, para pengiklan politik mengandalkan para pemuka pendapat, jenis individu bagaimana di dalam massa yang sekali-sekali mengikuti nasihat orang lain adalah bahan pertimbangan yang penting dalam iklan politik. Iklan politik memusatkan perhatiannya pada identifikasi partisan yang lemah dan orang-orang independen (seperti para pemilih pemula atau orang-orang yang apatis dalam kehidupan politik).</p>

### Persuasi Politik Sebagai Kampanye

Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan orang atau kelompok (organisasi) dalam waktu tertentu untuk memperoleh dan memperkuat dukungan politik dari rakyat atau pemilih. Menurut Rogers dan Storey (1987) (dalam Venus, 2004: 7) kampanye politik merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Sehingga berbeda dengan propaganda, dimana kampanye cirinya sumber yang melakukannya selalu jelas, waktu pelaksanaan terikat dan dibatasi, sifat gagasan terbuka untuk diperdebatkan khalayak, tujuannya tegas, variatif serta spesifik, modus penerimaan pesan sukarela dan persuasi, modus tindakannya diatur kaidah dan kode etikanya, sifat kepentingan mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak.

Sumber: "Persuasi Politik," in <https://repository.unikom.ac.id/pdf>.

# BAB LIMA

## KOMUNIKASI POLITIK & PROSES DEMOKRASI

### A. PENGERTIAN DEMOKRASI

Demokrasi adalah bentuk pemerintahan di mana semua warga negaranya memiliki hak setara dalam pengambilan keputusan yang dapat mengubah hidup mereka. Demokrasi mengizinkan warga negara berpartisipasi—baik secara langsung atau melalui perwakilan—dalam perumusan, pengembangan, dan pembuatan hukum. Demokrasi mencakup kondisi sosial, ekonomi, dan budaya yang memungkinkan adanya praktik politik yang memberi ruang kebebasan dan kesetaraan pada semua orang. Sebagai seperangkat gagasan dan prinsip tentang kebebasan dan kesetaraan, demokrasi dengan demikian mengandung makna penghargaan terhadap harkat dan martabat manusia. Dalam praktik demokrasi tak hanya mensyaratkan kebebasan dan kesetaraan namun juga keseimbangan, keadilan, dan sikap-skiap politik yang *fairness*. Di level prosedur, demokrasi merekomendasi pentingnya etika politik, proses politik yang jujur dan adil, yang kesemua persyaratan itu ditujukan untuk mencapai demokrasi substantif.

Demokrasi juga bukan sekedar norma atau sistem nilai yang sekedar kita pelajari, pahami, hayati, dan sadari. Akan tetapi, lebih dari itu, demokrasi adalah sebuah eksperimentasi yang perlu kita lakukan, evaluasi, dan perbaiki. Sebab, dalam berbagai peristiwa kehidupan politik, antara norma dan praktik demokrasi belum sepenuhnya bisa berjalan seiring. Nilai, prinsip dan kaidah demokrasi belum sepenuhnya dapat dipraktikkan dengan sempurna, terutama dari pihak penerima kuasa/mandat (negara/pemerintah). Baik secara formal atau pun tidak, disengaja atau tidak, telah terjadi berbagai bentuk pelanggaran atau penyimpangan yang—langsung atau tidak—telah merusak sendi-sendi demokrasi dan kepercayaan atasnya. Realitas ini demokrasi seperti ini kerap disebut sebagai '*undemocratic democracy*,' suatu tatanan kehidupan demokrasi

yang struktur (institusi) demokrasinya sudah ada, tetapi semangat dan perwujudannya masih jauh dari cita-cita demokrasi itu sendiri (Launa, 2020b).

Demokrasi merupakan seperangkat gagasan dan prinsip tentang kebebasan beserta segala ide dasar (*basic idea*) yang terkait dengan aspek nilai, norma, moral, praktik, dan prosedur yang melingkupinya. Ditinjau dari sisi etimologi (baca: asal-usul peristilahan), *demokrasi* berasal dari bahasa Yunani *dēmokratía* yang bermakna “Kekuasaan Rakyat” yang terbentuk dari ‘*demos*’ (rakyat) dan *kratos/cratein* (kekuatan/kekuasaan). Istilah *demokrasi* muncul dan populer di abad ke-5 SM untuk menyebut sistem politik negara-kota Yunani (salah satunya adalah negara kota Athena). *Demokrasi* merupakan lawan kata dari *aristocratie* (kekuasaan elite). Secara teoretis, kedua definisi tersebut dalam Ilmu Politik saling bertentangan—disamping istilah *totaliter*, *otoriter*, dst., karena *demokrasi* mengandung makna penghargaan terhadap harkat dan martabat manusia). Kata/istilah demokrasi (*democracy*) sendiri terus digunakan hingga abad ke-16 dan berasal, kendati konsep *demokrasi* lahir dari rehami kepolitikan Yunani Kuno yang dipraktikkan dalam kehidupan bernegara antara abad ke-5 SM sampai dengan abad ke-6 SM. Demokrasi yang dipraktikkan pada waktu itu adalah demokrasi langsung (*direct democracy*), artinya hak rakyat untuk membuat keputusan-keputusan politik dijalankan secara langsung oleh seluruh rakyat/warga negara (Launa, 2020a).

Ditelisik dari sisi etimologi, demokrasi berasal dari bahasa Yunani ‘*dēmokratía*’ yang berarti ‘kekuasaan rakyat’. Kata demokrasi adalah penggabungan dari ‘*demos*’ (rakyat) dan ‘*kratos*’ (kekuatan atau kekuasaan). Dengan kata lain, demokrasi bisa diartikan sebagai ‘kekuatan’ atau ‘kekuasaan’ di tangan ‘rakyat’. Istilah demokrasi ditengarai muncul pada abad ke-5 SM untuk menyebut sistem politik yang pernah dipraktikkan di negara-kota (*city state*) Yunani, salah satunya di Kota Athena. Kata demokrasi merupakan lawan (antonim) dari ‘*aristocratie*’ (kekuasaan para elite) (Sumodiningrat dan Agustian, 2008: 44).

Konsep demokrasi yang lahir di Yunani Kuno telah menjadi praktik dalam kehidupan politik negara antara abad ke-4 sampai dengan abad ke-6 SM. Demokrasi yang dipraktikkan pada era Yunani Kuno itu adalah demokrasi yang bersifat langsung (*direct democracy*). Dalam konteks demokrasi langsung ini, rakyat diberi hak untuk membuat keputusan-keputusan politik dijalankan secara langsung oleh seluruh rakyat atau warga negara.

Demokrasi langsung tersebut berjalan secara efektif karena negara kota (model demokrasi *city-state*) Yunani Kuno merupakan sebuah kawasan politik

yang tergolong kecil, yaitu sebuah wilayah dengan jumlah penduduk tidak lebih dari 300.000 orang. Yang unik dari demokrasi Yunani Klasik itu adalah ternyata hanya kalangan tertentu (warga negara resmi) yang dapat menikmati dan menjalankan sistem demokrasi awal tersebut. Sementara masyarakatnya berstatus budak, pedagang asing, anak-anak dan perempuan tidak bisa menikmati demokrasi. Dalam sejarah demokrasi, demokrasi Yunani Kuno berakhir pada abad pertengahan. Pada masa itu masyarakat Yunani berubah menjadi masyarakat feodal yang ditandai oleh kehidupan keagamaan terpusat pada Paus dan pejabat agama dengan kehidupan politik yang diwarnai dengan perbutan kekuasaan di kalangan para bangsawan ([id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi)).

Sistem politik Athena klasik, misalnya, memberikan hak kewarganegaraan demokratis kepada pria elite yang bebas dan tidak menyertakan budak dan wanita dalam partisipasi politik. Di semua pemerintahan demokrasi sepanjang sejarah kuno dan hingga di lintasan era modern saat ini, kewarganegaraan demokratis sepertinya tetap menjadi monopoli kaum elite sampai semua penduduk dewasa di sebagian besar negara demokrasi modern benar-benar bebas setelah perjuangan gerakan hak suara yang menguat pada abad ke-19 dan ke-20 (Kristeva, 2015: 74).

Secara umum demokrasi adalah suatu konsep bernegara dimana setiap warga negara memiliki hak yang sama atau setara dalam pengambilan keputusan guna menjamin terpenuhinya kebutuhan warga negara. Demokrasi tak hanya mengizinkan, namun menuntut setiap warga negara untuk berpartisipasi—baik secara langsung atau melalui sistem perwakilan—dalam kehidupan politik negara (perumusan dan pembuatan kebijakan/*input*) maupun pelaksanaan, evaluasi dan kritik kebijakan/*feed back*). Dalam perjalanannya, demokrasi tak hanya mencakup ketesertaan dan partisipasi aktif WN dalam konteks kehidupan politik negara, namun demokrasi saat ini juga menuntut banyak hal yang harus dipenuhi negara atas kehidupan warga negara, seperti pemenuhan atas kebutuhan ekonomi (lapangan kerja, upah pekerja, subsidi barang publik, dan seterusnya), sosial (jaminan sosial, jaminan kesehatan, jaminan pendidikan, dst), dan budaya (perlindungan jender, perlindungan perempuan, perlindungan anak, dan seterusnya). Artinya, dalam perjalanan panjangnya, demokrasi terus dituntut untuk memastikan setiap warga negara dapat berpartisipasi penuh dan menerima manfaat maksimal dalam beragam aspek kehidupan WN dalam konteks kebijakan negara yang pro-publik atau *pro-poor* (tentu dengan kebebasan ekspresi dan kesetaraan hak-hak politik WN sebagai dasar pijaknya) (Hikam, 1999).

Sebuah negara dapat disebut demokratis apabila ia memenuhi kedua komponen dasar tersebut. Pada kenyataannya tidak ada praktik demokrasi yang 'paripurna' dan telah selesai. Yang bisa dibuat adalah suatu spektrum praktik dari sebuah sistem politik dan ketatanegaraan yang telah mapan (*established*) atau yang dalam tahap masih berkembang (*developing*), atau yang belum berkembang (*underdeveloped*) karena masih adanya kelemahan-kelemahan dalam komponen dasarnya. Pada sebuah sistem demokrasi yang mapan, yang menjadi persoalan pada dasarnya adalah pada komponen prosedur yang mengalami pengembangan karena terjadinya perubahan structural yang harus diakomodasi sehingga tidak terjadi degenerasi sistem. Pada sistem *demokrasi* yang masih berkembang, dapat dikatakan bahwa ancaman terhadap kedua komponen masih belum terselesaikan secara keseluruhan sehingga masih ada kecenderungan bias dan degradasi kualitas sistem demokrasi yang saat ini masih terus berjalan. Pada sistem demokrasi yang masih belum berkembang, kecenderungan bias dan degradasi pemahaman demokrasi sangat dominan dan bahkan ancaman bagi berlangsungnya proses pembalikan demokrasi ke arah non demokrasi (Hikam, 1999).

Landasan utama demokrasi adalah norma-norma *egalitarianism* (persamaan) dan *liberty* (kebebasan) yang dalam perkembangan modern dikukuhkan dalam Hak-hak Asasi Manusia Universal. Khususnya, hak-hak dasar yang berkaitan dengan hak berbicara, menyatakan pendapat, berserikat dan berkumpul adalah norma paling dasar. Berikutnya, kedaulatan rakyat, *rule of law*, dan pertanggungjawaban penguasa kepada rakyat (baik langsung maupun tidak langsung) juga merupakan norma-norma dasar dalam demokrasi. Sementara itu, komponen prosedural *demokrasi* antara lain adalah sistem perwakilan, pola-pola pemilihan dan rotasi yang berkala atas mereka yang diberi amanat/mandat oleh rakyat, adanya pemisahan/pembagian kekuasaan (*separation/division of power*) atas cabang-cabang pemerintahan, penerapan mekanisme *checks and balances* antar lembaga negara, partisipasi yang tinggi oleh warga negara dalam urusan publik, tata kelola yang baik (*good governance*) dalam pemerintahan, dst. Mengacu pada dua komponen di atas, maka sejarah pemikiran dan praktik *demokrasi* bisa digambarkan dalam tiga fase utama: Fase Klasik (*Demokrasi Athena*); Fase Pra-Pencerahan; Fase Modern; dan Fase Kontemporer (wajah demokrasi Paska Perang Dingin) (Hikam, 1999).

Bisa dikatakan, praktik *demokrasi* pada fase-fase tersebut tidak berarti selalu berjalan berkesinambungan, tetapi bisa terjadi tumpang tindih (*overlapping*)

dan bahkan pecah (*ruptures*), sehingga perkembangan *demokrasi* tersebut sesungguhnya tidaklah berjalan mulus (linear). Demikian pula, harus diingat bahwa selalu ada ketidakcocokan (diskrepansi) atau gap antara ‘pemikiran’ (*thought*) atau ‘gagasan’ (*ideas*) dengan realitas/fakta yang sedang berlangsung. Dengan demikian tidak berarti bahwa dalam fase klasik realitas politik di Athena merupakan pengejawantahan total gagasan *demokrasi* yang ada. Bisa jadi, bahwa gagasan *demokrasi* yang muncul pada suatu era ternyata masih merupakan gagasan yang belum terealisasi sebelumnya, atau walaupun terealisasi ternyata mengalami berbagai penyimpangan atau perbedaan. Namun, dalam praktiknya, teramat banyak negara yang meng-*claim* dirinya sebagai ‘negara demokrasi’, namun dalam praktiknya kerap mengabaikan, bahkan menindas aspirasi, hendak, dan tuntutan rakyatnya selaku WN yang berdaulat atau pemilik kedaulatan tertinggi (Hikam, 1999).

## **B. GELOMBANG DEMOKRASI**

Buku *The Third Wave: Democratization in the Late Twentieth Century* (1991) karya Prof. Samuel P. Huntington (yang telah dialih-bahasakan ke dalam bahasa Indonesia berjudul *Gelombang Demokratisasi Ketiga*) bisa dikatakan sebagai landas pijak untuk memahami konstelasi perkembangan politik global yang terpenting pada akhir abad ke-20, antara 1974 dan 1990, yakni suatu gelombang demokratisasi yang dialami sekitar lebih dari 30 negara yang bergerak melintasi Eropa Selatan, melanda Amerika Latin, terus menuju Asia Timur, dan menghancurkan sebagian besar rezim diktator di Blok Soviet (Eropa Timur).

‘Revolusi Demokrasi Global’ yang disebut sebagai ‘Gelombang Demokratisasi Ketiga’ versi Huntington ini mungkin merupakan kecenderungan politik terpenting di dalam dunia modern, setelah Gelombang Demokratisasi Pertama yang ditandai dengan Revolusi Perancis dan Amerika Serikat abad ke-19 dan 20 dan berakhir dengan kemunculan fasisme di Italia tahun 1920-an, serta Gembang Demokratisasi Kedua yang berlangsung pasca Perang Dunia II yang di tandai dengan bermunculan negara-negara baru (seperti Yugoslavia, Jerman Barat-Timur, China), sejumlah negara yang meraih kemerdekaan karena keruntuhan sistem kolonial (seperti Indonesia, India, Algeria, dan beberapa negara lainnya).

Di Gelombang Kedua ini, demokratisasi bergantung pada peluang politik dan ekonomi, warisan peninggalan kolonial, intervensi asing, dan berbagai bentuk perang kemerdekaan yang berlangsung di banyak negara. Kemudian menyusut ketika beberapa negara (Yunani dan Amerika Latin) kembali pada



rezim otoriter. Dalam bukunya ini, Huntington menganalisis sebab dan hakikat revolusi demokrasi yang bersifat global tersebut, mengevaluasi prospek kestabilan negara-negara demokrasi baru dan menjelajahi kemungkinan lebih banyak negara untuk memasuki kawasan politik demokratis (Nurhadi, 2020).

Dalam studinya, Huntington membagi fase gelombang demokratisasi di dunia ke dalam tahapan berikut (Wrihatnolo dan Nurgroho, 2009):

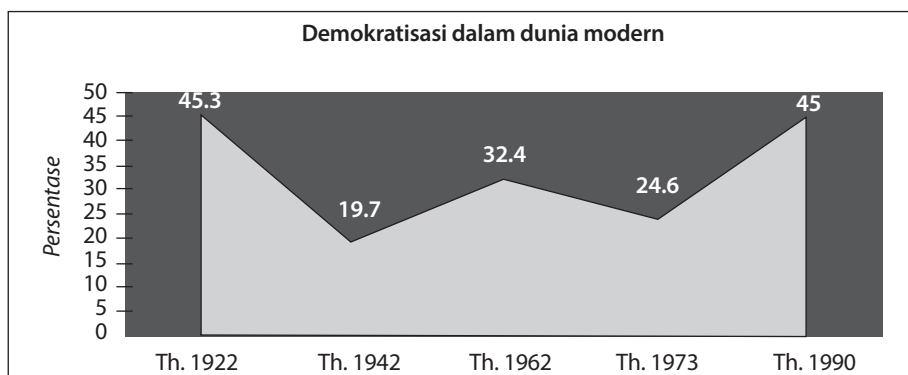
- Gelombang panjang demokratisasi pertama (1828-1926) yang berakar pada Revolusi Prancis dan Revolusi Amerika.
- Gelombang balik pertama (1922-1942) yang berakar dari tumbuhnya negara-negara fasis di Italia dan Jerman, yang kemudian menyebarkan kudeta militer di Portugal (1926), Brasil dan Argentina (1930), otoritarianisme di Uruguay (1933), kudeta dan perang saudara yang memamatkan negara republik di Spanyol (1936)).
- Gelombang demokratisasi kedua (1943-1962) yang berakar pada pendudukan oleh tentara Sekutu pada masa Perang Dunia II dan sesudahnya (termasuk yang sebelumnya otoriter).
- (Gelombang balik kedua (1958-1975) yang ditandai dengan naiknya rezim otoritarian di Amerika Latin (Peru, Uruguay, Cile, Bolivia, Ekuador, Brasil, dan Argentina), Asia (Pakistan-Zia Ul Haq, Korea-Rhee, Indonesia-Soekarno, Filipina-Ferdinand Marcos, India-Gandhi, Taiwan-KMT), Eropa (Yunani, Turki), dan Afrika (hampir seluruh Afrika, khususnya Nigeria –tahun 1966 dikudeta oleh militer, kecuali Botswana).
- Gelombang demokratisasi ketiga (1974-kini) yang dimulai dengan meninggalnya Jendral Franco di Spanyol yang mengakhiri rejim otoriter/militer di Eropa Tengah pada tahun 1975, ketika Raja Juan Carlos dengan bantuan Perdana Menteri Adolfo Suarez memperoleh persetujuan parlemen dan rakyat untuk menyusun konstitusi baru yang demokratis, dan di Portugal sekelompok perwira militer muda melakukan kudeta kepada Marcello Caetano, sang dikator jatuh. Selama setahun Portugal mengalami transisi yang penuh drama, namun akhirnya kelompok pro demokrasi menjadi pemenang. Di Turki, militer mengundurkan diri dari politik (1983), di Filipina Ferdinand Marcos jatuh oleh 'kekuatan rakyat' (*people power*) (1986), di Korea Selatan, oposisi memenangkan pemilu (1987), Hongaria berubah menjadi multipartai (1988), di Polandia Partai Solidaritas pimpinan Walesa berhasil merubah Polandia menjadi negara non-komunis, sementara itu Uni Soviet lahir parlemen nasional yang non-komunis (1990), intervensi AS

mengakhiri rezim Marxis-Leninis di Grenada (1983) dan diktator Jenderal Noriega di Panama, Amerika Tengah (1989).

Namun demikian, istilah demokrasi pada tiga dasawarsa terakhir, khususnya di negara berkembang, kian populer, baik pada tingkat wacana maupun praktik gerakan sosial politik. Sebagai suatu sistem politik, demokrasi telah menempati stratum teratas yang diterima oleh banyak negara karena dianggap mampu mengatur dan menyelesaikan hubungan sosial dan politik, baik yang melibatkan kepentingan antar individu dalam masyarakat, hubungan antarmasyarakat, masyarakat dan negara maupun antarnegara di dunia. Ambruknya ideologi komunisme Uni Soviet yang diikuti dengan runtuhnya tembok Berlin di tahun 1989 setidaknya telah menjadi momentum penting bagi dinamika perkembangan demokrasi sebagai isu politik. Popularitas demokrasi sebagai 'ideologi baru'—yang saat ini menjadi pilihan sistem politik di banyak negara—secara cepat menyebar sekaligus membuktikan kegagalan rezim politik yang selama ini mempraktikkan sistem politik otoritarianisme (Nugroho, 2012: 2).

Pada tahun 1978 ada sebuah lembaga global yang melakukan pemantauan seberapa jauh demokratisasi telah berlangsung di dunia dengan melakukan asesmen pada 192 negara dan 18 kawasan yang dilanda konflik. Laporan mereka menjadi acuan dari para ilmuwan politik dunia untuk melihat gelombang surut dan pasang demokratisasi, di antaranya adalah Samuel Huntington dan John Markoff. Pada tahun 1991 Freedom House menerbitkan hasil surveinya dengan temuan bahwa 45% negara di dunia adalah negara demokratis --yang berarti peningkatan dari sebelumnya 24,6% (Wrihatnolo dan Nurgroho, 2009).

**GAMBAR 26. Survei Demokrasi Global Freedom House 1991**

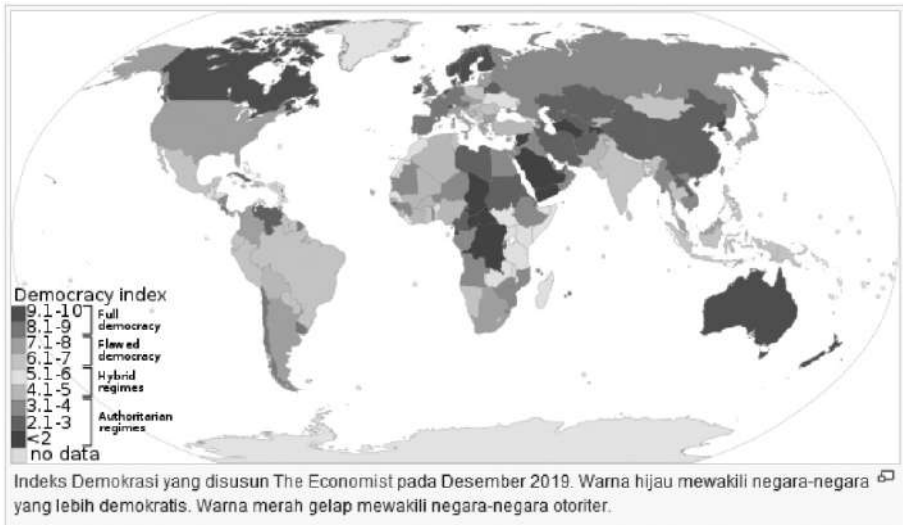


Lembaga pemeringkat demokrasi dunia, Freedom House mengembangkan model pengukuran demokrasi dengan menggunakan dua dimensi demokrasi: *dimensi hak-hak politik* yang terdiri dari kompetisi dan partisipasi, dan dimensi *kebebasan sipil*. Kedua dimensi menggunakan skala 1-7, dengan dimensi tertinggi 1-1 dan dimensi terendah 7-7. Hasil rating Freedom House:

- 1 – 2,5 masuk kategori negara bebas (65 negara)
- 3 – 5,5 masuk kategori negara setengah bebas (50 negara)
- 5,5 – 7 masuk kategori negara tidak bebas (50 negara)

Gelombang demokratisasi yang muncul dan berlangsung dramatis di berbagai negara di dunia tersebut, tentu menghadirkan harapan baru bagi sebagian besar masyarakat di dunia yang selama ini hidup di negara-negara non-demokrasi. Meluasnya wacana demokrasi yang bersifat simbolik seakan telah menjadi fakta politik nyata, bahwa demokrasi adalah satu-satunya pilihan (ideologi) dalam sistem politik yang dapat mengatasi berbagai problem sosial politik yang selama ini diderita warga negara yang hidup di negara-negara non-demokrasi, yang umumnya tinggal di negara-negara berstatus ekonomi miskin atau berkembang (*underdeveloped countries*).

### GAMBAR 27. Indeks Demokrasi Global The Economist 2019



Sumber: [id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi)

Harapan untuk mempraktikkan model demokrasi yang telah dianggap sebagai '*panasea*' (obat mujarab) bagi problem politik yang kunjung akhir juga merambah pada masyarakat di negara-negara Asia, khususnya di negara di kawasan Asia Tenggara. Secara umum, modal dan praktik demokrasi yang diharapkan oleh negara-negara di kawasan Asia dan Asia Tenggara itu adalah model demokrasi Barat, seperti model demokrasi Amerika dan Eropa. Namun, persoalan demokrasi di negara-negara Asia Tenggara, termasuk Indonesia, dalam praktiknya memiliki karakter dan warna tersendiri. Setelah empat puluh hingga lima puluh tahun merdeka tidak satu pun negara di kawasan ini sungguh bisa menyerupai model dan praktik demokrasi liberal seperti yang berlangsung di banyak negeri-negeri demokratis Barat.

Model-model pemerintahan di antara negara-negara itu pun berbeda satu dengan yang lain. Walaupun demikian mereka tetap sepakat untuk terus berusaha menggapai demokrasi yang ideal itu betapa pun sulitnya. Tentu banyak alasan mengapa demokrasi tetap diidealkan, namun yang paling penting agaknya adalah karena demokrasi itu sendiri menjanjikan harapan seperti kebebasan, persamaan, keteraturan pemerintahan, kemajuan dan perlindungan hak-hak individu yang kini berkembang menjadi kebutuhan semua orang. Apakah harapan itu pada akhirnya terpenuhi atau tidak, sepertinya tidak menjadi persoalan yang *urgent*, karena harapan itu sendiri sebagaimana halnya segala macam jenis utopia, sudah merupakan nilai lebih yang memberikan inspirasi bagi banyak orang (Hara, 2000: 1-2).

## **C. CIRI, PRINSIP, DAN TIPOLOGI DEMOKRASI**

### **1. Ciri Demokrasi**

Demokrasi adalah suatu sistem telah dijadikan alternatif dalam berbagai tatanan aktivitas bernegara pada banyak negara di dunia. Bisa dikatakan, hampir semua negara di dunia telah menjadikan demokrasi sebagai asas yang fundamamenta dan demokrasi sebagai asas fundamental kenegaraan secara esensial telah memberikan arah bagi peranan masyarakat dalam penyelenggaraan kehidupan. Demokrasi adalah asas, bentuk atau sistem pemerintahan dimana segenap rakyat selaku warga negara ikut serta memerintah dan memengaruhi jalannya pemerintahan dengan perantaraan wakil-wakilnya atau pemerintahan rakyat.

Sebagaimana sebuah sistem politik yang telah melembaga dalam praktik bernegara atau berpemerintahan, demokrasi memiliki ciri khas yang membedakan dengan sistem non-demokrasi. Ciri sistem pemerintahan demokratis, antara lain adalah ([id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi)):

1. Adanya keterlibatan warga negara (rakyat) dalam pengambilan keputusan politik, baik langsung maupun tidak langsung (perwakilan).
2. Adanya pengakuan, penghargaan, dan perlindungan terhadap hak-hak rakyat (warga negara).
3. Adanya persamaan hak bagi seluruh warga negara dalam segala bidang.
4. Adanya lembaga peradilan dan kekuasaan kehakiman yang independen di bidang hukum.
5. Adanya kebebasan dan kemerdekaan bagi seluruh warga negara.
6. Adanya pers (media massa) yang bebas untuk menyampaikan informasi dan mengontrol perilaku dan kebijakan pemerintah.
7. Adanya pemilu untuk memilih wakil rakyat yang duduk di lembaga perwakilan rakyat.
8. Adanya pemilihan umum yang bebas, jujur, adil untuk menentukan (memilih) pemimpin negara dan pemerintahan serta anggota lembaga perwakilan rakyat.
9. Adanya pengakuan terhadap perbedaan keragaman (suku, agama, golongan, dan sebagainya).

Henry B. Mayo dalam *An Introduction to Democratic Theory* (1960) juga mencatat setidaknya terdapat delapan ciri utama yang bisa mencirikan apakah suatu masyarakat bersifat demokratis atau tidak, yaitu: (1) adanya penyelesaian perselisihan dengan damai dan suka rela; (2) adanya jaminan bagi terjadinya perubahan secara damai dalam suatu masyarakat yang sedang berubah; (3) adanya pergantian penguasa yang berlangsung secara teratur; (4) adanya pembatasan atas pemakaian kekerasan cara minimum; (5) adanya pengakuan dan penghormatan atas keanekaragaman; (6) adanya jaminan penegakan keadilan; (7) adanya upaya memajukan ilmu pengetahuan; dan (8) adanya pengakuan dan penghormatan terhadap kebebasan.

Rajamani juga mencatat tujuh ciri demokrasi berikut ([www.academia.edu/16833566/CIRI\\_ciri\\_demokrasi](http://www.academia.edu/16833566/CIRI_ciri_demokrasi)):

1. Pemerintahan berdasarkan kehendak dan kepentingan rakyat banyak.
2. Ciri Konstitusional, yaitu hal yang berkaitan dengan kepentingan, kehendak,

ataupun kekuasaan rakyat dituliskan dalam konstitusi dan undang-undang negara tersebut.

3. Ciri Perwakilan, yaitu dalam mengatur negaranya, kedaulatan rakyat diwakilkan oleh beberapa orang yang telah dipilih oleh rakyat itu sendiri.
4. Ciri Pemilihan Umum, yaitu suatu kegiatan politik yang dilakukan untuk memilih pihak dalam pemerintahan.
5. Ciri Kepartaian, yaitu partai menjadi sarana/media untuk menjadi bagian dalam pelaksanaan sistem demokrasi.
6. Ciri Kekuasaan, yaitu adanya pembagian dan pemisahan kekuasaan.
7. Ciri Tanggung Jawab, yaitu adanya tanggung jawab dari pihak yang telah terpilih untuk ikut dalam pelaksanaan suatu sistem demokrasi.

Bingham Powel dalam *Elections as Instruments of Democracy: Majoritarian and Proportional Visions* (2000), mencatat lima ciri demokrasi, yakni: (1) keterlibatan warga Negara dalam pembuatan keputusan politik; (2) tingkat persamaan tertentu di antara warga negara; (3) tingkat kebebasan atau kemerdekaan tertentu yang diakui dan dipakai oleh warga negara; (4) suatu sistem politik yang dibangun berdasarkan konsep perwakilan; (5) suatu sistem pemilihan (berdasarkan kekuasaan mayoritas).

Budiyanto (2007: 38) mengemukakan negara dengan sistem politik demokrasi umumnya ditandai oleh ciri-ciri sebagai berikut:

1. Adanya pembatasan terhadap tindakan pemerintah untuk memberikan perlindungan bagi individu dan kelompok (baik kelompok mayoritas, terutama bagi kelompok minoritas) dalam penyelenggaraan pergantian pimpinan secara berkala, tertib, damai dan melalui alat perwakilan rakyat yang efektif. Pembatasan ini tidak berarti bahwa tidak adanya campur tangan pemerintah dalam aspek kehidupan, sepanjang undang-undang memberikan kewenangan untuk itu.
2. Prasarana pendapat umum baik pers, televisi dan radio harus diberikan kesempatan untuk mencari berita secara kebebasan untuk mengeluarkan pendapat, berserikat dan berkumpul merupakan hak-hak politik dan sipil yang sangat mendasar.
3. Sikap menghargai hak-hak minoritas dan perorangan, lebih mengutamakan musyawarah dari pada paksaan dalam menyelesaikan perselisihan, sikap menerima legitimasi dari sistem pemerintahan.

Nurcholis Majid juga menyebut tujuh norma yang melandasi pandangan hidup demokratis, yakni: (1) pentingnya kesadaran atas pluralisme (keberagaman); (2) mekanisme musyawarah dalam pengambilan keputusan; (3) pertimbangan moral; (4) permufakatan yang jujur dan sehat; (5) pemenuhan segi-segi ekonomi bagi kesejahteraan hidup seluruh warga negara; (6) kerjasama antar warga negara untuk memercayai itikad baik masing-masing; (7) Pandangan hidup demokratis harus dijadikan unsur yang menyatu dengan pendidikan demokrasi (Sulisworo, dkk., 2012: 5).

Sementara menurut Samuel Huntington, prinsip demokrasi juga ditandai jika ada para pembuat keputusan kolektif dalam sebuah sistem yang dipilih melalui suatu mekanisme pemilihan umum yang adil, jujur, dan berkala; dan di dalam sistem itu para calon bebas bersaing untuk meraih suara atau memberikan suara, dimana kebebasan atas hak itu dijamin oleh negara ([id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi)). Selain itu kebebasan memilih dan berpendapat merupakan hak setiap individu sejak dilahirkan yang telah dijamin oleh konstitusi.

## 2. Prinsip Demokrasi

Sebagai sistem politik yang saat ini dianut oleh sebagian besar negara di dunia, tentu dalam praktiknya, negara-negara yang menganut sistem demokrasi memiliki prinsip-prinsip yang berbeda dengan prinsip-prinsip demokrasi yang diberlakukan di negara-negara demokrasi lain. Robert A Dahl dalam *Dilemmas of Pluralist Democracy* (1982) misalnya menyebut tujuh prinsip demokrasi: (1) kontrol atas kepentingan pemerintah; (2) pemilihan yang teliti dan jujur; (3) hak memilih dan dipilih; (4) Kebebasan menyatakan pendapat tanpa ancaman; (5) kebebasan mengakses informasi; (6) kebebasan berserikat; dan (7) kebebasan membentuk asosiasi.

Sementara Henry B. Mayo (*An Introduction to Democratic Theory*, 1960), juga menyebut lima prinsip demokrasi: (1) menyelesaikan perselisihan dengan damai dan secara melembaga; (2) menjamin terselenggaranya perubahan secara damai dalam suatu masyarakat yang sedang berubah; (3) menyelenggarakan pergantian pimpinan secara teratur; (4) membatasi pemakaian kekerasan sampai minimum; (5) mengakui serta menganggap wajar adanya keanekaragaman; dan (6) menjamin tegaknya keadilan.

Berikutnya George Sorensen (2003: 19-20) menyebut tiga prinsip pokok demokrasi: (1) kompetisi; (2) partisipasi; dan (3) kebebasan Politik dan Sipil. Sementara Melvin J. Urofsky (2002: 31-41) mengatakan setidaknya terdapat

sebelas prinsip dasar dalam demokrasi, yakni: (1) prinsip pemerintahan berdasarkan konstitusi; (2) pemilihan umum yang demokratis; (3) federalisme; (4) pemerintahan negara bagian dan lokal; (5) pembuatan undang-undang; (6) sistem peradilan yang independen; (7) kekuasaan lembaga kepresidenan; (8) peran media yang bebas; (9) peran kelompok-kelompok kepentingan; (10) hak masyarakat untuk tahu; (11) melindungi hak-hak minoritas; dan (12) adanya otoritas dan kontrol sipil atas militer.

Azyumardi Azra (2006: 230) juga mencatat enam prinsip demokrasi sebagai berikut: (1) kedaulatan di tangan rakyat; (2) pengakuan dan perlindungan terhadap HAM; (3) pemerintahan berdasarkan hukum (konstitusi); (4) peradilan yang bebas dan tidak memihak; (5) pengambilan keputusan berdasarkan prinsip musyawarah; dan (6) adanya partai politik dan organisasi sosial politik. Berikutnya, Franz Magnis-Suseno menyebut prinsip demokrasi tidak bisa dilepaskan dari prinsip negara hukum. Demokrasi tanpa prinsip negara hukum bukanlah demokrasi dalam arti sesungguhnya. Prinsip lain demokrasi adalah peran serta atau partisipasi masyarakat terutama dalam pembentukan kebijakan. Melalui prinsip ketersediaan masyarakat, maka demokrasi menjadi cara yang paling aman untuk mempertahankan kontrol masyarakat atas negara. Sebab, demokrasi merupakan ajaran yang tak hanya ditandai oleh satu prinsip penting pembatasan kekuasaan negara, akan tetapi sekaligus memastikan bahwa sumber kekuasaan tertinggi atau kedaulatan dalam suatu negara berada di tangan rakyat (Hakim, 2011: 106).

Di sisi lain, Almaududi juga mengintroduksi sebelas prinsip demokrasi berikut (Abdulkarim, 2007): (1) kedaulatan rakyat; (2) pemerintahan berdasarkan persetujuan dari yang diperintah; (3) kekuasaan mayoritas; (4) hak-hak minoritas; (5) jaminan hak asasi manusia; (6) pemilihan yang bebas, adil dan jujur; (7) persamaan di depan hukum; (8) proses hukum yang wajar; (9) pembatasan pemerintah secara konstitusional; (10) pluralisme sosial, ekonomi, dan politik; dan (11) nilai-nilai toleransi, pragmatisme, kerja sama, dan mufakat.

Sementara Imam Hidajat (2009) mengatakan bahwa indikator adanya demokrasi adalah: (1) adanya partisipasi masyarakat dalam Pemilu; (2) adanya kompetensi elite politik dalam rekrutmen secara terbuka; (3) rotasi jabatan secara regular (d) pembagian kewenangan pusat dan daerah; (4) sistem pengawasan yang efektif. Sekalipun Imam Hidajat mengabaikan fakta bahwa banyak negara yang menerapkan sistem demokrasi semu (*pseudo democracy*), dalam arti kata sebagai selubung bagi berbagai kepentingan politik kelompok yang kerap



membajak demokrasi. Pemilu di bawah rezim Junta Myanmar adalah contoh nyata demokrasi yang tidak demokratis.

Purwo Santoso (2009) juga memberi definisi bahwa demokrasi tidak hanya mensyaratkan penggalangan kekuatan, namun juga pencurahan kecerdasan. Bahkan pencurahan kekuatan itu harus dilakukan secara kolektif. Jika selama ini perjuangan mewujudkan demokrasi cenderung hanya berkutat soal hak dan perjuangan dalam mencapai hak tersebut, maka rute yang seharusnya dilalui sekarang adalah bercorak adversarial (secara berhadapan-hadapan). Corak ini disebut dengan istilah *actor-based*. Meski demikian, corak *actor-based* selama ini cenderung melupakan dimensi struktural, yaitu kekuasaan dan kesejahteraan. Oleh karena itu, dua hal utama, menyangkut kontrol atas kesewenang-wenangan negara dan pengembangan kesejahteraan, harus menjadi corak dari pengembangan demokratisasi.

Problem selanjutnya adalah bagaimana melakukan penilaian terhadap efektivitas pelaksanaan prinsip-prinsip demokrasi. Menurut Olle Tornquist dan Nicolaas Warouw (2009), dalam rangka memahami dan menilai demokrasi di Indonesia, ada perangkat dasar yang harus dikembangkan (ketimbang merujuk pada IDEA). Perangkat dasar tersebut adalah institusi, kehendak, dan kapasitas. Institusi demokratis biasanya dicirikan oleh:

1. Konstitusionalisme yang menyangkut kewarganegaraan, hukum, dan hak.
2. Kedaulatan rakyat yang menyangkut Pemilu, representasi politik, daya tanggap dan akuntabilitas tata pemerintahan.
3. Partisipasi warga negara yang menyangkut berbagai asosiasi, media, dunia akademisi, dan partisipasi langsung.

Selain kelaziman di atas, kiranya juga perlu dimasukkan penilaian dalam institusi-institusi nonformal. Sedangkan menyangkut kehendak diidentifikasi dengan aktor-aktor demokrasi dan bagaimana para aktor ini memanfaatkan institusi demokrasi yang sudah ada. Pemanfaatan institusi demokrasi ini perlu ditelusuri mengarah kemana. Sementara berkaitan dengan kapasitas, penilaian ini harus mempertimbangkan beberapa faktor kunci yang berkaitan dengan kekuasaan, sumber daya politik, dan kapasitas gerakan (Tornquist dan Warouw, 2009).

Dengan demikian, kendati demokrasi dilandasi oleh ciri-ciri yang raliati baku dan prinsip yang bersifat universal, namun ada beberapa poin penting yang harus dicatat. Pertama, demokrasi sesungguhnya adalah cara atau sarana,

bukan tujuan bernegara itu. Demokrasi juga tidak bersifat baku (*given*). Kedua, keberadaan demokrasi harus diikhtiarkan secara serius, konsisten, dan sistematis. Eksistensi demokrasi dan pengembangannya hanya mungkin berjalan efektif jika melibatkan berbagai aktor yang sadar untuk mendistribusikan nilai-nilai demokratis. Mengandaikan demokrasi adalah sesuatu yang *given* adalah sebuah kemustahilan. Ketika nilai-nilai demokrasi bertumbuh, di sisi depan sudah menghadang para aktor yang tidak menyenangi penyebaran nilai-nilai demokratis tersebut. Bagaimanapun, demokrasi berpotensi membunuh kediktatoran, arogansi, dan kultur feodal. Itulah sebabnya, ketika entitas pro demokrasi bertumbuh, maka kelompok-kelompok antidemokrasi juga sedang bekerja. Corak *actor-based* di sini menemukan relevansi dan fungsinya sebagai ruang bagi pergumulan antar aktor yang sadar.

### 3. Tipologi Demokrasi

Sebagai sistem pemerintahan yang diidealkan, banyak negara yang telah menerapkan sistem politik demokrasi. Namun, masing-masing negara menerapkan sistem demokrasi dengan berbagai tipologi. Keanekaragaman pemahaman dan tipologi demokrasi tersebut dapat dirangkum ke dalam tiga sudut pandang, yaitu pada aspek ideologi, aspek cara penyaluran kehendak rakyat, dan aspek titik perhatian (Sulisworo, dkk., 2012: 12-15).

#### a. Berdasarkan ideologi

Berdasarkan sudut pandang ideologi, sistem politik demokrasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu demokrasi konstitusional (demokrasi liberal) dan demokrasi rakyat.

- (1) Demokrasi konstitusional/demokrasi liberal (*constitutional or liberal democracy*). Dasar pelaksanaan demokrasi konstitusional adalah kebebasan individu. Ciri khas pemerintahan demokrasi konstitusional adalah kekuasaan pemerintahannya terbatas dan tidak diperkenankan banyak campur tangan dan bertindak sewenang-wenang terhadap warganya. Kekuasaan pemerintah dibatasi oleh konstitusi.
- (2) Demokrasi rakyat (*people democracy*). Demokrasi rakyat mencita-citakan kehidupan tanpa kelas sosial dan tanpa kepemilikan pribadi. Demokrasi rakyat merupakan bentuk khusus demokrasi yang memenuhi fungsi diktator proletar. Pada masa Perang Dingin, sistem demokrasi rakyat berkembang di negara-negara Eropa Timur, seperti Cekoslovakia, Polandia, Hungaria, Rumania, Bulgaria, Yugoslavia, dan Tiongkok. Sistem politik demokrasi rakyat

disebut juga 'demokrasi proletar' yang berhaluan Marxisme-komunisme.

b. Berdasarkan cara penyaluran kehendak rakyat

Berdasarkan cara penyaluran kehendak rakyat, sistem politik demokrasi dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu: demokrasi langsung (*direct democracy*), demokrasi perwakilan representatif (*representative democracy*), dan demokrasi perwakilan sistem referendum (*representative democracy of the referendum system*).

- (1) Demokrasi langsung (*direct democracy*). Dalam sistem demokrasi langsung, rakyat secara langsung mengemukakan kehendaknya dalam rapat yang dihadiri oleh seluruh rakyat. Demokrasi ini dapat dijalankan apabila negara berpenduduk sedikit dan berwilayah kecil. Sistem ini pernah berlaku di negara Athena pada zaman Yunani Kuno (abad ke-4 SM).
- (2) Demokrasi perwakilan (*representative democracy*). Di era demokratisasi yang berlangsung kian intens saat ini, mayoritas bentuk demokrasi yang dipilih di banyak negara adalah bentuk demokrasi perwakilan. Hal ini disebabkan jumlah penduduk terus bertambah dan wilayahnya luas sehingga tidak mungkin menerapkan sistem demokrasi langsung. Dalam demokrasi perwakilan, rakyat menyalurkan kehendak dengan memilih wakil-wakilnya untuk duduk dalam lembaga perwakilan (parlemen).
- (3) Demokrasi perwakilan sistem referendum (*representative democracy of the referendum system*). Demokrasi perwakilan dengan sistem referendum merupakan gabungan antara demokrasi langsung dan demokrasi perwakilan. Rakyat memilih wakil mereka untuk duduk dalam lembaga perwakilan, tetapi lembaga perwakilan tersebut di kontrol oleh pengaruh rakyat dengan sistem referendum dan inisiatif rakyat.

c. Berdasarkan titik perhatian

Berdasarkan titik perhatiannya, sistem politik demokrasi dibedakan menjadi tiga macam, yaitu demokrasi formal, demokrasi material, dan demokrasi gabungan.

- (1) Demokrasi formal (*formal democracy*). Demokrasi formal disebut juga demokrasi liberal atau demokrasi model Barat. Demokrasi formal adalah suatu sistem politik demokrasi yang menjunjung tinggi persamaan dalam bidang politik, tanpa disertai upaya untuk mengurangi atau menghilangkan

kesenjangan dalam bidang ekonomi. Dalam demokrasi formal, semua orang dianggap memiliki derajat dan hak yang sama.

- (2) Demokrasi material (*material democracy*). Demokrasi material adalah sistem politik demokrasi yang menitikberatkan pada upaya-upaya menghilangkan perbedaan dalam bidang-bidang ekonomi, sedangkan persamaan bidang politik kurangdiperhatikan bahkan kadang-kadang dihilangkan. Usaha untuk mengurangi perbedaan di bidang ekonomi dilakukan oleh partai penguasa dengan mengatasnamakan negara di mana segala sesuatu sebagai hak milik negara dan hak milik pribadi tidak diakui.
- (3) Demokrasi gabungan (*mixed democracy*). Demokrasi gabungan adalah demokrasi yang menggabungkan berbagai sisi positif dalam dua tipologi demokrasi formal dan demokrasi material sekaligus mengeksklusif sisi negatif dari demokrasi formal dan demokrasi material. Dalam demokrasi gabungan, persamaan derajat dan hak setiap orang diakui, tetapi demi kesejahteraan seluruh aktivitas rakyat dibatasi. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk kesejahteraan rakyat, jangan sampai mengabdikan apalagi menghilangkan persamaan derajat dan hak asasi manusia.

#### **D. PENDEKATAN DEMOKRASI**

Menurut Ling dan Shih (1998), setidaknya terdapat empat pendekatan dalam memahami demokrasi. Keempat pendekatan yang kemudian menjadi model-model demokrasi itu adalah: (1) pendekatan institusionalis; (2) pendekatan internasionalis; (3) pendekatan 'demokrasi gaya Asia'; dan (4) pendekatan '*illiberal democracy*'. Dua pendekatan pertama (internasionalis dan institusionalis) sering disebut *conversionism* karena kesamaan dasarnya yang melihat perlunya Asia Tenggara memasukan nilai-nilai dan pelembagaan demokrasi Barat agar sistem politik demokrasi bisa berjalan dengan baik. Seperti akan terlihat nanti dalam tulisan ini pendekatan terakhir *illiberal democracy* adalah pendekatan yang berusaha menjelaskan realitas kehidupan demokrasi yang kompleks yang berlangsung di negara-negara di Asia Tenggara. Namun pendekatan terakhir ini pun memiliki persoalan jika diterapkan dalam kasus Indonesia, sehingga dirasa perlu untuk mengembangkan alternatif sistem demokrasi yang lebih sesuai dengan karakter politik masyarakat dan budaya politik bangsa.

Pendekatan pertama dan kedua yang disebut *conversionism*. Pendekatan ini terdiri atas *institutionalist* dan *internationalist approach*. Kedua pendekatan

ini melihat bila demokrasi di negara-negara Asia ingin berjalan efektif, maka format demokrasi di wilayah negara-negara ini harus mengonversikan nilai murni lembaga-lembaga politik yang sesuai dengan nilai dan lembaga politik Barat (Ling dan Shih, 1978). Budaya politik haruslah budaya politik rasional yang berorientasi pada *problem solving*, bukan pada nilai-nilai komunal religius. Demikian juga budaya politik rasional diperlukan untuk mendorong masyarakat sipil yang aktif dalam kehidupan politik. Budaya ini terutama harus muncul di lembaga-lembaga politik seperti pemilu, parlemen, pengadilan, dan media massa (Hara, 2000: 3-4).

Berdasarkan pendekatan ini, memang banyak lembaga politik Barat yang diambil alih dan dijadikan contoh oleh negara-negara Asia Tenggara. Namun konversi itu sebenarnya jauh dari sempurna. Partai politik misalnya, masih lebih suka menekankan aspek-aspek simbolis, religius, dan emosional daripada mencanangkan program. Massa pendukung partai mencintai partainya bukan karena partainya memiliki program yang rasional tetapi karena faktor keterikatan emosional dan keteduhan (*comport*) bila bergabung bersama partainya. Ini artinya pendekatan *conversionism* tidak dapat menangkap realitas politik di dunia ketiga dengan baik dan lebih banyak memaksakan paradigma Barat terhadap politik di Asia Tenggara.

Pendekatan ketiga adalah sebuah kontras dari pendekatan konversi. Pendekatan ini biasanya disebut dengan *Asian style democracy* (Hood, 1998; Lawson, 1996). Demokrasi Pancasila yang dicanangkan Orde Baru adalah contoh konkret dari pendekatan demokrasi gaya Asia ini. Penganut pendekatan ini mengklaim bahwa demokrasi liberal berangkat dari nilai-nilai Barat yang individualis dan impersonal yang tidak cocok dengan nilai-nilai Asia yang menekankan komunalisme, personalisme, penghormatan pada atasandan perlunya campur tangan negara dalam kehidupan ekonomi dan masyarakat (Neher, 1994; Hara, 2000: 4).

Klaim terhadap demokrasi gaya Asia (*Asia style democracy*) ini biasanya diperkuat dengan argumen bahwa negara-negara di kawasan Asia Tenggara masih membutuhkan stabilitas politik, dan bahwa masyarakat (karena faktor budaya politiknya) belum siap untuk berdemokrasi, karena itu diperlukan pemerintahan yang aktif dalam membimbing masyarakat atau semacam '*tutelary government*' (Kausikan, 1997; Hara, 2000: 5). Argumen lainnya adalah tentang kedaulatan dan otonomi negara untuk mengatur dirinya sendiri—sebagai

bentuk lain untuk menolak model demokrasi liberal yang intens dikampanyekan oleh negara-negara Barat (Mohamad, 1998).

Pendekatan demikian, seperti pendekatan pertama, hanya menangkap sebasan dari dinamika yang berkembang di masyarakat. Seperti nampak dalam kasus demokrasi Pancasila, pendekatan yang mengabaikan aspek globalisasi nilai-nilai demokrasi ini tidak dapat menjelaskan perubahan yang cepat di masyarakat yang bahkan menghancurkan sistem demokrasi Pancasila itu sendiri.

Pendekatan keempat disebut dengan *illiberal democracy*. Tentunya eksplisit dalam pendekatan ini ada asumsi bahwa demokrasi pada masyarakat yang tidak memiliki kultur liberal mengharuskan adanya pendekatan yang berbeda (Jones, 1998). Karena itu dalam menjelaskan politik di Asia Tenggara terutama di negara-negara seperti Malaysia, Singapura, dan Indonesia (pada masa Orde Baru), pendekatan ini menekankan bagaimana adaptasi telah dilakukan masyarakat di Asia Tenggara terhadap nilai-nilai dan kelembagaan demokrasi Barat.

Pendekatan *illiberal democracy* sudah membakukan beberapa ciri masyarakat yang disebut illiberal ini. Dalam pandangan tentang negara, misalnya, yang di Barat diharuskan netral dan sekedar wasit dalam kehidupan masyarakat, di negara yang dianggap menganut *illiberal democracy* tidak demikian halnya, seperti di Malaysia, Singapura, Taiwan, Korea, dan Indonesia (era Orde Baru). Di beberapa negara Asia Tenggara tersebut, negara adalah intervensionis dalam urusan ekonomi dan politik. Ciri lain dari *illiberal democracy* adalah bahwa negara-negara ini lebih menekankan pada aspek teknokrasi daripada aspek politis dalam melihat aspirasi rakyat. Menurut pendekatan ini, pemerintah memiliki kekuatan untuk mengelola isu yang berimbang di masyarakat dan mengatur perkembangan masyarakat madani. Demokrasi dengan demikian lebih dipahami sebagai proses *top-down* atau dari negara ke masyarakat (Ling dan Shih, 1998).

Pendekatan terakhir ini sebenarnya lebih dekat kepada persoalan demokratisasi di Asia Tenggara terutama terkait dengan asumsi demokrasi sebagai produk yang telah bercampur antara nilai lokal dan nilai demokrasi liberal. Demokrasi di Asia Tenggara meminjam institusi dan norma-norma politik Barat, tetapi penerapannya berdasarkan kondisi lokal, baik kondisi budaya, historis, sarana, dan strategi. Hasilnya campuran ide demokrasi (*mixing of democracy*) tersebut adalah hadirnya sosok negara yang mengatur banyak hal, yakni negara dengan watak politik politik bersifat teknokratis dan mengontrol hampir segala

urusan politik, sosial, ekonomi, hukum (termasuk campur tangan pada persoalan hukum adat/*custom law*, pendidikan, dan berbagai diskursus yang berkembang dalam kehidupan masyarakatnya.

Salah satu kelemahan pendekatan *illiberal democracy* adalah anggapan bahwa alternatif masyarakat *illiberal* yang terjadi di Asia Tenggara itu sudah menjadi semacam konsep baku; hasil dari pertarungan nilai-nilai Barat dengan nilai-nilai lokal selama ini terjadi di masyarakat. Para ahli demokrasi Barat mencoba mengonstruksi ciri-ciri yang pasti terkait *illiberal democracy*. Dalam praktiknya, berbagai perubahan politik terus terjadi, terutama dalam kasus Indonesia, dimana model yang disebut dalam pendekatan *illiberal democracy* itu ternyata sulit untuk diimplementasikan secara efektif. Faktor 'kegagalan' implementasi praktik *illiberal democracy* di antaranya adalah budaya politik masyarakat dan nilai-nilai atau karakter elite yang belum sepenuhnya mampu beradaptasi dan bermigrasi ke dalam proses transisi demokrasi.

Sebuah pendekatan alternatif, dengan demikian, selain bisa memahami proses percampuran dan adaptasi dari nilai-nilai demokrasi Barat, seharusnya sedapat mungkin juga bisa menangkap gejala dan proses perubahan yang terjadi. Sebab sebetulnya bukan hanya proses penyesuaian dan percampuran antara demokrasi Barat dan nilai-nilai lokal yang perlu mendapat perhatian serius, tetapi lebih jauh adalah terjadinya proses *hybridity* (Ling dan -shih, 1998) atau semacam perkawinan (pembuahan) silang antara kedua nilai-nilai budaya politik itu.

Fenomena demokrasi yang terjadi di Indonesia adalah fenomena *hybridity* ini. Proses pembuahan silang antara nilai-nilai demokrasi liberal dan nilai-nilai serta budaya politik lokal ini terjadi secara alami terlepas dari sah atau tidaknya perkawinan atau percampuran itu. Maka kalau kemudian kita melihat lahirnya tokoh-tokoh dengan karakter macam-macam seperti sekarang ini, itu tentu tidak terlepas dari hasil perkawinan yang agak dipaksa atau tergesa-gesa itu.

**TABEL 14. Perbandingan Pendekatan Demokrasi**

No.	Conversionism/ Liberalism	Confucian/ Asian Style Democracy	Illiberal Democracy	Produk Kultur Hybridity
1.	Kesederajatan individual	Hirarki sosial	<i>Top-down</i> ; warga yang dimobilisir	Kesederajatan indivi-dual dan ikatan primordial
2.	Hak-hak individual untuk melawan tirani mayoritas	Konsensus moral mendasar terhadap perbedaan	Perdebatan politik diatur	Hak individual dan kelompok masih kabur
3.	Kebebasan dan otonomi untuk pemerintahan sendiri	Tugas dankewajiban pada yang tua dan pada bawahan	Rasional, teknokrasi yang legalistis	Birokrasi populis, Pengayom partai
4.	Legitimasi pemerintah lewat Pemilu	tergantung pada kebijak-sanaan para penguasa	Legitimasi ditemu-kan oleh keberhasi-lan program	Legitimasi gabungan dari banyak faktor
5.	Suara rakyat diutamakan	Suara pemimpin selalu diutamakan	Rasionalitas tekno-kra-si diutamakan	Superioritas moral sering didengungkan

Sumber: Abubakar E. Hara (2000). hlm. 7

## E. DEMOKRASI PANCASILA

### 1. Pengertian Demokrasi Pancasila

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), demokrasi Pancasila adalah demokrasi yang berdasarkan sila Pancasila yang dilihat sebagai suatu keseluruhan yang utuh (kbbi.web.id/demokrasi). Dalam demokrasi tersebut musyawarah untuk mufakat sangat ditekankan. Karena setiap keputusan dapat dicapai dengan mufakat. Tapi jika tidak tercapai mufakat, maka keputusan dapat ditempuh melalui pemungutan suara. Secara ringkas, demokrasi Pancasila memiliki beberapa pengertian sebagai berikut:

- a. Demokrasi Pancasila adalah demokrasi yang berdasarkan kekeluargaan dan gotong-royong yang ditujukan kepada kesejahteraan rakyat, yang mengandung unsur-unsur berkesadaran religius, berdasarkan kebenaran, kecintaan dan budi pekerti luhur, berkepribadian Indonesia dan berkesinambungan (Hatta, 1998: 87).



- b. Dalam demokrasi Pancasila, sistem pengorganisasian negara dilakukan oleh rakyat sendiri atau dengan persetujuan rakyat (Nasution, 2010: 3-4).
- c. Dalam demokrasi Pancasila kebebasan individu tidak bersifat mutlak, tetapi harus diselaraskan dengan tanggung jawab sosial (Latif, 2018: 383).
- d. Dalam demokrasi Pancasila, keuniversalan cita-cita demokrasi dipadukan dengan cita-cita hidup bangsa Indonesia yang dijiwai oleh semangat kekeluargaan, sehingga tidak ada dominasi mayoritas atau minoritas (Latif, 2018: 250; Agustam, 2011: 85).

Prinsip pokok Pancasila antara lain adalah sebagai berikut ([id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi\\_Pancasila](http://id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi_Pancasila)):

- 1. Perlindungan terhadap hak asasi manusia.
- 2. Pengambilan keputusan atas dasar musyawarah.
- 3. Peradilan yang merdeka berarti badan peradilan (kehakiman) merupakan badan yang merdeka, artinya terlepas dari pengaruh kekuasaan pemerintah dan kekuasaan lainnya.
- 4. Adanya partai politik dan organisasi sosial politik karena berfungsi untuk menyalurkan aspirasi rakyat.
- 5. Pelaksanaan pemilihan umum.
- 6. Kedaulatan adalah ditangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar (pasal 1 ayat 2 UUD 1945).
- 7. Keseimbangan antara hak dan kewajiban.
- 8. Pelaksanaan kebebasan yang bertanggung jawab secara moral kepada Tuhan YME, diri sendiri, masyarakat, dan negara atau pun orang lain.
- 9. Menjunjung tinggi tujuan dan cita-cita nasional.
- 10. Pemerintahan berdasarkan hukum, dalam penjelasan UUD 1945 dikatakan bahwa: (a) Indonesia ialah negara berdasarkan hukum (*rechtstaat*) dan tidak berdasarkan kekuasaan belaka (*machstaat*); (b) pemerintah berdasar atas sistem konstitusi (hukum dasar) tidak bersifat absolutisme (kekuasaan tidak terbatas); dan (c) kekuasaan yang tertinggi berada di tangan rakyat (kedaulatan rakyat).

Dalam Rancangan TAP MPR RI tentang Demokrasi Pancasila misalnya, disebutkan bahwa demokrasi Pancasila adalah norma yang mengatur penyelenggaraan kedaulatan rakyat dan penyelenggaraan pemerintahan negara, dalam kehidupan politik, ekonomi, sosial budaya, dan pertahanan

keamanan, bagi setiap warga negara Republik Indonesia, organisasi kekuatan sosial politik, organisasi kemasyarakatan, dan lembaga kemasyarakatan lainnya serta lembaga-lembaga negara baik di pusat maupun di daerah (Agustam, 2011: 82-83).

Menurut Jimly Asshiddiqie (2011: 198-234), dalam demokrasi Pancasila setidaknya terkandung tiga prinsip normat berikut:

- a. Kebebasan atau Persamaan (*Freedom/Equality*). Kebebasan/persamaan adalah dasar demokrasi. Kebebasan dianggap sebagai sarana mencapai kemajuan dan memberikan hasil maksimal dari usaha orang tanpa pembatasan dari penguasa. Dengan prinsip persamaan semua orang dianggap sama, tanpa dibeda-bedakan dan memperoleh akses dan kesempatan bersama untuk mengembangkan diri sesuai dengan potensinya. Kebebasan yang dikandung dalam demokrasi Pancasila ini tidak berarti *free fight liberalism* (kebebasan yang tanpa batas) sebagai yang tumbuh dalam peradabatan demokrasi Barat, tapi kebebasan yang tidak mengganggu hak dan kebebasan orang lain.
- b. Kedaulatan Rakyat (*people's Sovereignty*). Dengan konsep kedaulatan rakyat, hakikat kebijakan yang dibuat negara harus berlandaskan kehendak rakyat dan ditujukan semata-mata untuk kepentingan rakyat, bangsa, dan negara. Mekanisme dalam konteks pelaksanaan prinsip kedaulatan rakyat ini setidaknya akan mencapai dua hal. Pertama, kecil kemungkinan penguasa melakukan penyalahgunaan kekuasaan (*abuse of power*), dan kedua, lebih terjaminnya kepentingan rakyat dalam tugas-tugas pemerintahan. Perwujudan lain konsep kedaulatan adalah pengawasan oleh rakyat secara efektif. Pengawasan rakyat atas penguasa dilakukan karena logika demokrasi tidak memercayai 'kebaikan hati' para penguasa.
- c. Pemerintahan yang terbuka dan bertanggung jawab (*open and responsible government*). Pemerintahan jenis ini ditandai oleh beberapa ciri, seperti: (1) DPR yang representatif; (2) badan kehakiman/ peradilan yang bebas dan merdeka; (3) pers yang bebas; (4) prinsip negara hukum; (5) sistem dwi partai atau multi partai; (6) Pemilihan umum yang demokratis; (8) prinsip mayoritas; dan (9) Jaminan akan hak-hak dasar dan hak-hak minoritas.

## 2. Periode Perkembangan Demokrasi Indonesia

Sejak Indonesia merdeka pada tahun 1945, model demokrasi Indonesia mengalami berbagai perubahan. Secara umum, periode demokrasi Indonesia

dibagi ke dalam: (1) Demokrasi masa Revolusi (1945-1950); (2) Demokrasi masa Orde Lama: (a) masa Demokrasi Liberal (1950-1959), dan (b) masa Demokrasi Terpimpin (1959-1965); (3) Demokrasi masa Orde Baru (1966-1998); (4) Demokrasi masa Transisi (1998-1999); dan (5) perjalanan Demokrasi masa Reformasi (1999 sampai sekarang) (Agustam, 2011: 86-90; Ristina, 2011: 177-181).

#### 1. Pelaksanaan Demokrasi Masa Revolusi

Tahun 1945-1950 Indonesia masih berjuang menghadapi Belanda yang ingin kembali ke Indonesia. Pada masa itu penyelenggaraan pemerintah dan demokrasi Indonesia belum berjalan baik. Hal itu disebabkan masih adanya revolusi fisik. Berdasarkan pada konstitusi negara, yaitu UUD 1945, Indonesia adalah negara demokrasi yang berkedaulatan rakyat. Masa pemerintahan tahun 1945-1950 mengindikasikan keinginan kuat dari para pemimpin negara untuk membentuk pemerintahan demokratis. Untuk menghindari kesan bahwa negara Indonesia adalah negara absolut maka dilakukan serangkaian kebijakan untuk menciptakan pemerintahan demokratis. Kebijakan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Maklumat Pemerintah Nomor X tanggal 16 oktober 1945 tentang Perubahan Fungsi Komite Nasional Indonesia Pusat (KNIP) menjadi parlemen.
- b. Maklumat Pemerintah tanggal 3 November 1945 Mengenai Pembentukan Partai Politik.
- c. Maklumat Pemerintah tanggal 14 November 1945 mengenai Perubahan Kabinet Parlementer.

Dengan kebijakan tersebut terjadi perubahan dalam sistem pemerintahan di Indonesia. Sistem pemerintahan berubah menjadi sistem pemerintahan parlementer. Cita-cita dan proses demokrasi masa itu terhambat oleh revolusi fisik menghadapi Belanda dan pemberontakan PKI di Madiun pada tahun 1948. Praktis, sistem Demokrasi Parlementer dipraktikkan pada masa berlakunya UUD 1945 periode pertama (1945-1949) kemudian dilanjutkan pada bertakunya Konstitusi Republik Indonesia Serikat (UUD RIS) 1949 dan UUDS 1950.

Pada masa berlakunya demokrasi parlementer (1945-1959), kehidupan politik dan pemerintahan tidak stabil, sehingga program dari suatu pemerintahan tidak dapat dijalankan dengan baik dan berkesinambungan. Timbulnya perbedaan pendapat yang sangat mendasar diantara partai politik yang ada pada saat itu.

Demokrasi Parlementer secara yuridis resmi berakhir pada tanggal 5 Juli 1959 bersamaan dengan pemberlakuan kembali UUD 1945.

## 2. Pelaksanaan Demokrasi masa Orde Lama

### ● *Masa Demokrasi Liberal*

Proses demokrasi pada masa itu telah dinilai gagal dalam menjamin stabilitas politik, kelangsungan pemerintahan, dan penciptaan kesejahteraan rakyat. Kegagalan praktik demokrasi parlementer/liberal tersebut disebabkan oleh beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

- a. Dominannya politik aliran.
- b. Landasan sosial ekonomi rakyat yang masih rendah.
- c. Terjadinya situasi vakum, dimana tidak ada para anggota konstituante yang bersidang untuk menetapkan Dasar Negara, sehingga kondisi politik negara menjadi sangat jauh dari kondusif. Kekosongan hukum dan kondisi politik yang jauh dari stabil ini mendorong Presiden Soekarno mengeluarkan Dekrit Presiden pada tanggal 5 Juli 1959.

Dengan turunnya Dekrit Presiden Soekarno tersebut, berakhirilah masa Demokrasi Parlementer atau Demokrasi Liberal di Indonesia. Selanjutnya fase demokrasi Indonesia memasuki apa yang kemudian dikenal sebagai masa Demokrasi Terpimpin.

### ● *Masa Demokrasi Terpimpin*

Demokrasi terpimpin lahir dari keinsyafan, kesadaran, dan keyakinan terhadap keburukan yang diakibatkan oleh praktik demokrasi parlementer (liberal) yang melahirkan terpecahnya masyarakat dan ketidakstabilan politik, termasuk dalam tatanan kehidupan ekonomi. Untuk meredam konflik yang terjadi pada sistem demokrasi parlementer, maka dikeluarkanlah Dekrit Presiden 5 Juli 1959 yang berisi: (1) pembubaran Konstituante; (2) pemberlakuan kembali UUD 1945 dan tidak berlakunya UUDS 1950; dan (3) pembentukan MPRS dan DPAS dalam waktu yang sesingkat-singkatnya.

Dampak positif berlakunya Dekrit Presiden 5 Juli 1959 (jurnal demokrasi.wordpress.com): (1) menyelamatkan pemerintahan negara dari perpecahan dan krisis politik berkepanjangan; (2) memberikan pedoman konstitusi yang lebih jelas, yaitu UUD 1945 bagi kelangsungan pemerintahan negara; (3) merintis

pembentukan lembaga tertinggi negara, yaitu MPRS dan lembaga tinggi negara DPAS yang selama masa Demokrasi Parlemen tertunda pembentukannya.

Adapun pengertian Demokrasi Terpimpin menurut ketetapan MPRS No. VIII/MPRS/1965 berciri demokrasi kerakyatan yang dipimpin oleh hikmah kebijaksanaan dalam permusyawaratan/ perwakilan yang berintikan musyawarah untuk mufakat secara gotong royong di antara semua kekuatan nasional yang *progresif revolusioner* dengan berporoskan Nasakom.

Secara konsepsional, Demokrasi Terpimpin memiliki kelebihan yang dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi masyarakat. Hal itu dapat dilihat dan ungkapan Presiden Soekarno ketika memberikan amanat kepada konstituante tanggal 22 April 1959 tentang pokok-pokok demokrasi terpimpin, antara lain:

- a. Demokrasi Terpimpin bukanlah diktator (kekuasaan yang dikendalikan penuh Presiden).
- b. Demokrasi Terpimpin adalah demokrasi yang cocok dengan kepribadian dan dasar hidup bangsa Indonesia.
- c. Demokrasi Terpimpin adalah demokrasi disegala soal kenegaraan dan kemasyarakatan yang meliputi bidang politik, ekonomi, dan sosial.
- d. Inti daripada pimpinan dalam Demokrasi Terpimpin adalah permusyawaratan yang dipimpin oleh hikmah kebijaksanaan.
- e. Oposisi dalam arti melahirkan pendapat yang sehat dan yang membangun diharuskan dalam Demokrasi Terpimpin.

Namun dalam praktinya, Demokrasi Terpimpin mengandung berbagai unsur yang tidak sejalan dengan ciri dan prinsip demokrasi, diantaranya:

- a. Berdasarkan kenyataannya UUD 1945 tidak dilaksanakan secara murni dan konsekuen. UUD 1945 harusnya dijadikan dasar hukum konstitusional penyelenggaraan pemerintahan, namun pelaksanaannya lebih bersifat slogan-slogan kosong belaka.
- b. Dominasi presiden, MPR, dan lembaga tinggi negara lain, dan berlanjut sampai era Orde Baru.
- c. Terbatasnya peran partai politik dan organisasi sosial politik, terutama bagi parpol dan ormas yang pandangan politiknya tidak sejalan dengan kebijakan politik pemerintah.
- d. Berkembangnya pengaruh PKI dan militer sebagai kekuatan sosial politik di Indonesia.
- e. Memberi peluang untuk pihak militer terjun kedalam politik. Sejak Dekrit

Presiden, militer (terutama TNI Angkatan Darat) menjadi salah satu kekuatan politik utama.

Berdasarkan pokok pikiran tersebut Demokrasi Terpimpin tidak bertentangan dengan Pancasila dan UUD 1945 serta budaya bangsa Indonesia. Namun dalam praktiknya, konsep-konsep tersebut tidak direalisasikan sebagaimana mestinya, sehingga seringkali menyimpang dan nilai-nilai Pancasila, UUD 1945, dan budaya bangsa. Penyebabnya adalah selain terletak pada kuatnya posisi politik dan kharisme presiden, juga karena kelemahan badan legislatif sebagai partner dan pengontrol eksekutif serta situasi sosial politik yang tidak menentu saat itu.

- *Masa Demokrasi Orde Baru*

Masa Orde baru dimulai tahun 1966. Demokrasi masa Orde Baru bercirikan pada kuatnya kekuasaan presiden dalam menopang dan mengatur seluruh proses politik yang terjadi. Lembaga kepresidenan telah menjadi pusat dari seluruh proses politik dan menjadi pembentuk dan penentu agenda nasional, mengontrol kegiatan politik dan pemberi legalitas bagi seluruh anggota pemerintah dan negara. Akibatnya, secara substantif tidak ada perkembangan demokrasi dan justru penurunan derajat demokrasi.

Orde Baru sesungguhnya telah mampu membangun stabilitas pemerintahan dan kemajuan ekonomi. Namun, makin lama semakin jauh dari semangat demokrasi dan kontrol rakyat. Pemerintahan Orde Baru berakhir pada saat Presiden Soeharto mengumumkan pengunduran dirinya dari kekuasaannya pada tanggal 29 Mei 1998. Berakhirnya Orde Baru membuka jalan munculnya masa transisi dan periode Reformasi

Demokrasi Pancasila mengandung arti bahwa dalam menggunakan hak-hak demokrasi haruslah disertai rasa tanggung jawab kepada Tuhan Yang Maha Esa menurut agama dan kepercayaan masing-masing, menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan sesuai dengan martabat dan harkat manusia, haruslah menjamin persatuan dan kesatuan bangsa, mengutamakan musyawarah dalam penyelesaian masalah bangsa, dan harus dimanfaatkan untuk mewujudkan keadilan sosial. Demokrasi Pancasila berpangkal dari kekeluargaan dan gotong royong. Semangat kekeluargaan itu sendiri sudah lama dianut dan berkembang dalam masyarakat Indonesia, khususnya di masyarakat pedesaan.

Kehadiran pemerintah Orde Baru di bawah Jenderal Soeharto—yang berkomitmen untuk melaksanakan model Demokrasi Pancasila—adalah

upaya korektif berbagai penyelewengan politik dan permasalahan sosial dan ekonomi yang dihadapi bangsa Indonesia pada masa lalu, yakni era Demokrasi Parlementer dan Demokrasi Terpimpin. Kedua model demokrasi tersebut tidak cocok diterapkan di Indonesia yang bernapaskan kekeluargaan dan gotong royong.

Sejak lahirnya Orde Baru di Indonesia, diberlakukan apa yang kemudian kita kenal sebagai model Demokrasi Pancasila yang terus dipraktikkan hingga era Reformasi saat ini. Meskipun model Demokrasi Pancasila tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip demokrasi konstitusional, namun praktik Demokrasi Pancasila yang dijalankan pada masa Orde Baru juga tidak lepas dari berbagai bentuk penyimpangan, yang tidak sejalan dengan ciri dan prinsip Demokrasi Pancasila. Berbagai wujud penyimpangan itu diantaranya:

1. Penyelenggaraan pemilu yang tidak jujur dan adil (Jurdil) dan banyak melanggar azas langsung, umum, bebas, dan rahasia (Luber).
2. Penegakkan kebebasan berpolitik bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS).
3. Kekuasaan kehakiman (yudikatif) yang tidak mandiri karena para hakim berstatus PNS Departemen/Kementerian Kehakiman.
4. Kurangnya jaminan kebebasan masyarakat dalam mengemukakan pendapat.
5. Sistem kepartaian yang tidak otonom dan berat sebelah.
6. Maraknya praktik kolusi, korupsi, dan nepotisme
7. Banyaknya pejabat eksekutif, pusat maupun daerah, yang di angkat menjadi anggota MPR.

Menurut catatan *Kompas*, bentuk-bentuk penyimpangan Demokrasi Pancasila lainnya yang dilakukan pada masa Orde Baru, antara lain adalah: (Welianto, 2020):

1. Pancasila sebagai dasar negara malah direduksi, disalahartikan dan disalahgunakan oleh Suharto sebagai simbol kekuasaan.
2. Pancasila dijadikan alat untuk menguasai rakyat. Sehingga pemerintah Orde Baru dapat melegitimasi kelanggengan masa jabatannya.
3. Pancasila sebagai sumber nilai dibuat seakan kabur oleh banyaknya praktik penyimpangan dan segala bentuk kebijakan yang berlandung di balik fungsi pokok Pancasila. Sehingga siapa pun (individu atau kelompok) yang menentang kebijakan tersebut dianggap melawan Pancasila.
4. Penyimpangan terhadap asas kekeluargaan yang terkandung di dalam

kelima Pancasila. Di mana Presiden Soeharto hanya mempercayakan orang-orang terdekatnya untuk menguasai perusahaan besar negara. Pengelolaan sumber daya alam di Indonesia hingga menjadi ajang praktik-praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme.

5. Soeharto memimpin negara dalam bentuk keotoritarian. Padahal Indonesia adalah negara demokrasi yang mengutamakan rakyat, dari, untuk, dan oleh rakyat.
6. Fungsi Pancasila digunakan sebagai alat meleburnya heterogenitas, sehingga membuat kelompok-kelompok minoritas tersingkir dan timbulah masalah SARA.
7. Seluruh organisasi harus menerapkan Pancasila sebagai asasnya.
8. Soeharto melarang adanya kritikan-kritikan untuk pemerintah. Karena kritikan mengganggu ketidakstabilan negara. Sehingga seringkali kekuatan militer difungsikan sebagai kekuatan represif bagi siapa pun (individu maupun kelompok) yang mengkritik pemerintah.
9. Diterapkannya demokrasi yang berwatak sentralistik, yaitu demokrasi yang berpusat pada pemerintah. Presiden tak hanya mengendalikan lembaga eksekutif, namun juga lembaga legislatif dan yudikatif. Selama masa pemerintahan rezim Orde Baru, dalam kenyataannya Demokrasi Pancasila lebih digunakan sebagai alat legitimasi politik ketimbang untuk mewujudkan keadilan, kesejahteraan, dan demokrasi sehingga melahirkan gelombang perlawanan masyarakat atas praktik Demokrasi Pancasila Orde Baru.

Munculnya berbagai perlawanan masyarakat sebagai gerakan moral politik yang menuntut adanya reformasi disegala bidang. Puncak dari perlawanan tersebut terjadi pada 1998. Pada tahun tersebut Soeharto mengundurkan diri sebagai presiden dan munculah masa reformasi.

- *Masa Demokrasi Transisi*

Masa transisi berlangsung antara 1998-1999. Pada masa transisi banyak sekali pembangunan dan perkembangan ke arah kehidupan negara demokrasi. Beberapa pembangunan ke arah demokrasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Keluarnya ketetapan MPR RI Dalam siding istimewa bulan November 1998 sebagai awal perubahan sitem demokrasi secara konstitusional.
2. Adanya jaminan kebebasan pendirian partai politik atau pun organisasi kemasyarakatan secara luas.



3. Melaksanakan pemilu 1999 yang bebas dan demokratis dengan diikuti banyak partai politik.
4. Terbukanya kesempatan yang luas dan untuk warga negara dalam melaksanakan demokrasi di berbagai bidang. Demokrasi saat itu menjadi harapan banyak orang sehingga sering *eufhoria* demokrasi.

● *Masa Demokrasi era Reformasi*

Demokrasi yang dijalankan pada masa reformasi ini masih tetap Demokrasi Pancasila. Namun perbedaanya terletak pada aturan pelaksanaan. Berdasarkan peraturan perundang-undangan dan praktik pelaksanaan demokrasi, terdapat beberapa perubahan pelaksanaan Demokrasi Pancasila dari masa Orde Baru pelaksanaan demokrasi pada masa Orde Reformasi sekarang ini, yakni: (1) pemilihan umum lebih demokratis; (2) partai politik lebih mandiri; (3) lembaga demokrasi lebih berfungsi; dan (4) konsep *trias Politica* (tiga pilar kekuasaan negara) masing-masing bersifat otonom penuh.

Di masa Reformasi ini juga terdapat peningkatan prinsip-prinsip demokrasi yang terpenting, yaitu jaminan penegakan hak asasi manusia dengan di keluarkannya Undang-Undang No. 39 Tahun 1999 tentang HAM dan Undang-Undang No. 26 Tahun 2000 tentang Pengadilan Hak Asasi Manusia.

Menurut Jimly Asshiddiqie (2008: 155), pelaksanaan demokrasi yang sangat penting pada masa reformasi ini adalah adanya amandemen terhadap UUD 1945. Amandemen UUD 1945 dimaksudkan untuk mengubah dan memperbaharui konstitusi negara agar sesuai dengan prinsip-prinsip negara demokrasi. Proses amandemen terhadap UUD 1945 adalah:

- a. Amandemen pertama tahun 1999
- b. Amandemen kedua tahun 2000.
- c. Amandemen ketiga tahun 2001.
- d. Amandemen keempat tahun 2002.

Menurut Asshiddiqie (2008: 157), adanya kehidupan (politik) yang demokratis, melalui (instrument penyelenggaraan) hukum dan peraturan yang dibuat berdasarkan kehendak rakyat, maka ketentraman dan ketertiban (termasuk stabilitas politik dan pertumbuhan ekonomi/ pembangunan) akan lebih mudah diwujudkan. Tata cara pelaksanaan Demokrasi Pancasila dilandaskan atas mekanisme konstitusional karena penyelenggaraan pemerintah negara Republik Indonesia berdasarkan konstitusi.

Demokrasi Pancasila hanya akan dapat dilaksanakan dengan baik apabila nilai-nilai yang terkandung didalamnya dapat dipahami dan dihayati sebagai nilai-nilai budaya politik yang memengaruhi sikap hidup politik pendukungnya. Kegagalan pelaksanaan Demokrasi Pancasila di era Orde Baru, bukan berasal dari nilai dasar, falsafah, konsep, dan ciri positif Demokrasi Pancasila, melainkan kegagalan tersebut lebih sebagai akibat dari praktik atau pelaksanaannya yang mengingkari nilai-nilai Demokrasi Pancasila itu sendiri (Asshiddiqie, 2008: 157-158).

**TABEL 15. Perbandingan Pelaksanaan Demokrasi Indonesia**

Demokrasi Parlemerter/ Demokrasi Liberal (1950-1959)	Demokrasi Pancasila (1959-1966)	Demokrasi Pancasila Orde Baru (1966-1998)	Demokrasi Era Reformasi (1998-sekarang)
Karakteristik:	Karakteristik:	Karakteristik:	Karakteristik:
Parlemen memegang kekuasaan politik sangat besar	Sistem kepartaian melemah karena kekuasaan presiden yang semakin besar	Sistem presidensial: kekuasaan presiden sebagai kepala negara dan kepala pemerintahan sangat tinggi	Sistem presidensial: kekuasaan presiden sebagai kepala negara dan kepala pemerintahan sangat tinggi
Sistem multipartai. Parlemen terdiri dari wakil-wakil partai yang berasal dari beragam aliran/ideologi	Peran kontrol DPR Goong Royong (DPR-GR) melemah akibat kuatnya kekuasaan presiden	Partai politik dibatasi jumlah dan perannya	Jumlah partai politik membengkak; parlemen terdiri dari banyak partai
Pengawasan yang ketat dari parlemen menyebabkan akuntabilitas pejabat negara sangat tinggi	Pemilihan Umum tidak terselenggara	Pemilu terselenggara secara teratur setiap lima tahun sekali	Sistem pemilihan langsung bagi presiden dan kepala daerah
Kabinet pemerintahan koalisi tidak stabil dan kerap berganti	Upaya konsolidasi kekuasaan politik dengan cara pembentukan Kabinet Gotong Royong yang mewakili semua fraksi dan partai	Tidak ada pergantian kekuasaan politik, Soeharto berkuasa selama lima periode pemilu	Lembaga perwakilan dibagi menjadi DPR dan DPD, lembaga Yudikatif diperkuat dengan kehadiran MK dan KY

Demokrasi Parlementer/ Demokrasi Liberal (1950-1959)	Demokrasi Pancasila (1959-1966)	Demokrasi Pancasila Orde Baru (1966-1998)	Demokrasi Era Reformasi (1998-sekarang)
Pemilu 1955 terlaksana sangat demokratis	Sentralisasi kekuasaan di tangan presiden	Rekrutmen politik bersifat tertutup	Desentralisasi kekuasaan dengan model otonomi daerah
Hal bersikat dan berkumpul terjamin dengan jelas	Kewenangan pemerintahan daerah terbatas, kebebasan dibatasi, dan sejumlah media massa diberdel	Peran militer sangat kuat (Dwi Fungsi ABRI); kebebasan pers dibatasi; dan pers yang kritis kerap dibredel	Dibentuknya banyak komisi-komisi negara baru (KPK, Ombudsman, OJK, Komnas HAM, dll) dan kebebasan pers
<b>Peralihan:</b>	<b>Peralihan:</b>	<b>Peralihan:</b>	<b>Peralihan:</b>
Instabilitas politik dan berbagai pemberontakan di daerah	Kudeta gagal PKI lewat G30S pada tahun 1965	Di akhir masa kekuasaan Orde Baru perekonomian negara macet, harga BBM melambung	Belum mengalami peralihan
Perselisihan politik dilakukan dengan mengakhiri Demokrasi Parlementer dan menerapkan Demokrasi Terpimpin	Kepemimpinan yang dijalankan tidak memperbaiki kondisi ekonomi, sosial, dan politik.	Demonstrasi besar massa yang dimotori mahasiswa menuntut reformasi dan mundurnya Soeharto	
	Tersingkirnya kekuasaan presiden Soekarno yang digantikan oleh Soeharto	Soeharto mengundurkan diri sebagai Presiden pada 21 Mei 1998	

Sumber: Nailufar (2020)

## F. DINAMIKA DEMOKRASI INDONESIA ERA REFORMASI

Di Indonesia, sejak reformasi Mei 1998 lalu, demokrasi secara perlahan telah tumbuh sebagai asa politik masyarakat, kendati telah begitu banyak janji demokrasi yang telah dikumandangkan dari satu periode pemerintahan ke periode pemerintahan lainnya, namun sampai hari ini begitu banyak janji demokrasi yang tidak terealisasi, kendati banyak orang tetap mendambakannya. Kita masih ingat ketika Soeharto turun dan digantikan oleh wakilnya, Habibie pada Mei 1998, situasi politik dan ekonomi saat itu sangat buruk.

Saat awal reformasi, bisa dikatakan hampir setiap orang berharap bahwa bila demokrasi dengan segala mekanismenya—terutama jika pemilu dilaksanakan dengan jujur dan konsekuen—maka semua persoalan berat bangsa itu akan bisa diatasi. Pengalaman ternyata membuktikan bahwa setelah pemilu usai digelar, situasi bangsa—baik ekonomi, politik maupun keamanan secara umum tidak lebih baik seperti diharapkan. Situasi ekonomi walau sedikit membaik, namun tetap mengkhawatirkan, karena komunikasi politik yang berlangsung tetap menghadirkan kesimpangsiuran dan ketidakpastian dalam pemerintahan. Pola komunikasi politik pemimpin, politisi, dan para elite politik yang simpang-siur dianggap sebagai salah satu sebab yang membuat kondisi ekonomi, politik, dan keamanan makin rumit (Hara, 2000: 2).

Namun demikian, reformasi politik Mei 1998 memberikan secercah harapan akan munculnya tata kehidupan politik Indonesia yang lebih demokratis, yang ditandai dengan *booming* munculnya banyak partai politik baru, kebebasan berserikat, kemerdekaan berpendapat, kebebasan pers, dan sebagainya, yang merupakan ciri-ciri demokrasi. Muncul tuntutan-tuntutan terhadap reformasi politik karena adanya optimisme perbaikan implementasi demokrasi. Mengutip Aspinall (2004), setidaknya terdapat tiga alasan munculnya optimisme era reformasi, yakni: (1) meluasnya antusiasme terhadap reformasi; (2) kedalaman krisis ekonomi yang dipercaya berakar pada korupsi dan kurangnya pertanggung jawaban yang meresapi sistem politik, sehingga reformasi demokratis diyakini merupakan solusi; dan (3) perpecahan di kalangan elite politik yang berkuasa.

Di balik dinamika reformasi politik yang telah melambungkan harapan publik terhadap demokratisasi, nampaknya masih belum banyak kekuatan-kekuatan sosial politik yang benar-benar memiliki kesungguhan untuk menggelindingkan demokrasi. Sekalipun berbagai pranata bangunan demokrasi kini telah terbentuk, namun di sana sini paradoks demokrasi masih banyak dijumpai. Demokrasi yang dibangun dan dipahami lebih mengacu pada demokrasi yang bersifat prosedural kelembagaan ketimbang demokrasi yang mengacu pada tata nilai. Berbagai paradoks politik yang masih berkembang di era reformasi sering membuat kita untuk berpikir ulang dan mengedepankan pertanyaan kritis: Apakah masa transisi ini akan bisa dilewati dengan baik sehingga terbentuk *consolidated democracy*; atau kita akan gagal melaluinya sehingga yang muncul adalah *consolidated anarchy* yang dapat menggiring kita kembali pada sistem otoritarian dan militeristik seperti berlangsung pada sistem politik Demokrasi Pancasila versi Orde Baru?

Mengutip Suharso (2002) setidaknya tercatat berbagai paradoks demokrasi yang patut dikritisi saat ini. Pertama, berkembangnya kekerasan dan anarkisme politik, termasuk radikalisme dan terorisme yang sering dilanjutkan dengan adu fisik secara kolektif, pemaksaan kehendak, dan berbagai perilaku menyimpang lainnya yang justru mencerminkan perilaku anti demokrasi. Politik *zero sum game* (dan bukan *win-win solution*) dalam rangka menenggelamkan lawan politik menjadi praktek-praktek lazim yang menumbuhkan rasa takut untuk berbeda. Tumbuh ketakutan politik diam-diam di berbagai kalangan masyarakat, termasuk mereka yang kritis, hanya karena merasa berbeda dengan kekuatan politik yang ada. Demokrasi nyaris tidak menjadi sebuah alam pikiran dan kearifan untuk toleran terhadap perbedaan. Gejala monopoli untuk menang sendiri mulai marak, bahkan sampai ke bentuk fisik, dengan menggunakan simbol-simbol milik partai, kendati harus memakai berbagai fasilitas publik.

Kedua, berkembangnya konspirasi politik yang sangat pragmatis dengan mereka yang dulu anti demokrasi, yang diwarnai dengan semangat kental hanya sekedar demi meraih kemenangan Pemilu tanpa menunjukkan komitmen serius dalam mengagendakan demokrasi. Ketiga, demokrasi mulai dimasukkan hanya sekedar sebagai retorika politik ketimbang sebagai sebuah agenda politik. Ketika keseragaman pada Orde Baru dihujat habis-habisan, kini sebagian kekuatan demokratik berargumentasi bahwa demokrasi tidak harus selalu berisi perbedaan tetapi juga kesamaan. Ketika pilihan tunggal ala Orde Lama digugat, kini juga tumbuh retorika bahwa pilihan tunggal itu juga demokratik. Kesan yang tumbuh ialah bahwa demokrasi bukan lagi sebagai idealisme dan agenda yang harus diperjuangkan untuk mencerahkan kehidupan berbangsa dan bernegara, tetapi lebih sebagai alat dan isu untuk meraih kekuasaan.

Keempat, ketika kultus individu yang diperagakan oleh rezim Soeharto dengan berbagai simbolnya dihujat keras untuk dihabisi, kini sebagian masyarakat politik malahan memperagakan simbolisasi-simbolisasi figur kepemimpinan yang membawa warna kultus individu dalam bentuk lain. Simbol-simbol budaya politik Orde Baru bahkan mulai dibangkitkan kembali, seakan merupakan potret kehidupan politik yang benar. Berbagai upaya untuk membangun sentralisasi otoritas dengan mobilisasi simbol-simbol kharisma politik mulai dilakukan, dalam rangka memberikan kesan bahwa telah lahir sebuah potensi kepemimpinan baru yang sangat layak untuk memimpin Indonesia ke depan. Tidak jadi soal apakah kharisma politik itu nyata atau semu, yang penting ada pesona yang ditawarkan sebagai sebuah komoditas politik.

Sejumlah ironi atau paradoks demokrasi yang muncul di permukaan era reformasi ini menunjukkan, betapa terjal jalan yang harus ditempuh oleh bangsa ini menuju demokrasi yang sesungguhnya. Bahwa, ternyata tidak mudah untuk mewujudkan demokrasi secara jujur, jernih dan bertanggung jawab, baik pada tingkat alam pikiran maupun lebih-lebih sebagai politik yang tersistem. Perjuangan demokrasi akhirnya harus berhadapan dengan godaan-godaan kekuasaan di tengah sejumlah jerat politik yang sebenarnya adalah anti demokrasi.

Faktual, di era reformasi saat ini, demokrasi telah mengalami berbagai perubahan fundamental, terutama dengan tuntutan perkembangan globalisasi (konsep kunci yang sepertinya diwajibkan untuk dimasuki bagi setiap negara demokrasi) yang digerakkan oleh liberalisasi perdagangan, investasi kapitalisme global di sektor-sektor strategis, yang berjalan seiring dengan bangkitnya kembali libertarianisme dan kebangkitan ekonomi neo-klasik. Francis Fukuyama dalam *The End of History and the Last Man* (1992) menyebut bahwa demokrasi liberal merupakan akhir dari kemenangan peradaban adalah kapitalisme. Lester Thurow dalam *The Future of Capitalism* (1996) menambahkan bahwa persaingan kini bukanlah kapitalisme dengan sosialisme, namun antara kapitalisme dengan kapitalisme (Wrihatnolo dan Nurgroho, 2009).

Di sisi lain, Heilbrowner dalam *Vison of the Future* (1995) tegas mengatakan bahwa kapitalisme akan menjadi ideologi peradaban abad 21 dan bahkan ke depan, karena belum ada konsep pengganti yang lebih baik dan lebih menarik. Sementara Friedman dalam *The Lexus and The Olive Tree: Understanding Globalization* (2000) menyebut bangsa yang paling cocok untuk tatanan global hanyalah Amerika Serikat, jadi tidak aneh jika globalisasi identik dengan Amerikanisasi, dan Amerika identik dengan kapitalisme-libertarianisme-demokrasi (liberal). Seperti kata Boaz dalam *Libertarianisme, A Primer* (1996), kebangkitan dan kemenangan libertarianisme tak bisa dipungkiri karena ideologi fasisme, komunisme, dan sosialisme telah terbukti gagal; sementara negara kesejahteraan juga berjalan terseok saat menjawab persoalan krusial demokrasi saat ini yang kian berwatak liberal (Wrihatnolo dan Nurgroho, 2009).

Berbagai problem politik, ekonomi, keamanan, konflik sosial, ancaman disintegrasi bangsa terutama korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN), perusakan lingkungan, dan ketergantungan ekonomi nasional pada utang luar negeri (yang angkanya terus membengkak) hingga era kepemimpinan kedua Joko Widodo yang bisa dikatakan teramat sulit untuk diatasi tentu tak bisa dilepaskan

dari kebangkitan dan menguatnya kembali ideologi demokrasi liberal seperti telah dijelaskan di atas. Namun demikian, pasca reformasi, Indonesia sesungguhnya telah berhasil meletakkan dasar-dasar yang cukup kokoh untuk menyelenggarakan demokrasi yang lebih substansial, seperti: (1) kebebasan pers; (2) kebebasan untuk mendirikan partai-partai politik, serikat-serikat buruh, dan organisasi sosial kemasyarakatan baru; (3) pembebasan tahanan-tahanan politik; (4) pembatasan masa jabatan presiden menjadi dua periode; (5) penghapusan Dwi-Fungsi ABRI; (6) desentralisasi kekuasaan kepada pemerintah daerah (dan pembelakuan otonomi khusus bagi Aceh, Papua, dan Yogyakarta), dan berbagai landasan penting lain, terutama terkait penjadwalan pemilu secara reguler dan demokratis ([www.matamatapolitik.com](http://www.matamatapolitik.com)).

## **G. KOMUNIKASI POLITIK DALAM PROSES DEMOKRASI**

Komunikasi politik merupakan bagian integral atau realitas yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat dan negara. Politik adalah persoalan yang terkait dengan kekuasaan, sementara komunikasi politik adalah salah satu aktivitas untuk meraih kekuasaan dengan menggunakan berbagai saluran komunikasi, melalui pembicaraan politik, persuasi politik, retorika politik, pembentukan opini publik, progaranda politik, atau saluran kampanye politik. Namun, untuk mencapai kekuasaan politik seringkali memunculkan berbagai konflik di antara beberapa pihak, yang jika tidak terkelola dengan baik akan berdampak buruk bagi kepentingan masyarakat, bangsa, dan negara.

Pada hakikatnya media massa dan politik itu tidak dapat dipisahkan apalagi dalam sistem demokrasi. Hubungan antara keduanya berlaku mekanisme *check and balances* serta saling membutuhkan satu sama lain. Begitu eratnya hubungan antara media dan politik itu bahkan diasumsikan oleh seorang politisi Inggris, Enoch Powell: "ketika seorang politisi meng-*complaint* media, bagaikan seorang nakhoda yang meng-*complaint* riak dan gelombang lautan." Di sisi lain, media massa juga terbukti memberi pengaruh besar pada kemajuan demokrasi di banyak negara. Proses komunikasi politik yang melibatkan media massa dalam pembangunan demokrasi suatu negara dipengaruhi oleh tidak hanya faktor internal media itu sendiri, tetapi juga faktor eksternal seperti para aktor politik dan masyarakat pemilih. Aktor politik yang cenderung mengejar kepentingan sesaatnya, akan cenderung memanfaatkan media untuk mengontrol opini publik dengan mempresentasikan pesan dan simbol-simbol yang mendukung kepentingannya (<https://atmajaya.ac.id/web/>).

Seperti dikatakan Sulaiman (2013: 120), komunikasi politik memiliki fungsi yang cukup vital dan mendorong kinerja demokratisasi suatu negara. Karena secara konseptual, komunikasi politik menempatkan variabel politik seperti pertarungan kepentingan untuk memengaruhi, merebut, mempertahankan, dan memperluas kekuasaan yang dilakukan oleh para komunikator politik, yaitu pihak elite (penguasa) maupun masyarakat (publik yang dikuasai). Hal tersebut ditegaskan oleh Muhtadi (2008), bahwa fenomena komunikasi politik suatu masyarakat merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari dinamika politik dimana aktivitas komunikasi bekerja dalam realitas kehidupan politik.

Pengaruh komunikasi politik dalam konteks demokrasi tidak hanya terkait dengan aspek kinerja komunikasi politik dalam mendukung demokratisasi dalam kehidupan politik, namun juga terkait dengan peran media massa, khususnya aktivitas komunikasi politik di media massa dalam konteks kampanye politik—yang saat ini menggejala dalam kehidupan politik modern, khususnya model demokrasi representatif. Kedua aspek juga telah banyak banyak dijadikan fokus kajian dimana komunikasi politik dan kaitannya dengan proses demokratisasi politik—terutama melalui kehadiran teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Sebab, seperti dikatakan McNair (2003) komunikasi politik adalah studi yang fokus mengkaji posisi, peran, fungsi, dan tujuan komunikator politik yang menampilkan aktivitas komunikasi politik, pembentukan citra-citra politik (aktor/politisi maupun institusi/partai politik) yang kerap ditampilkan media massa untuk membentuk persepsi pemilih, dampak dari biasanya liputan media terhadap hasil pemilu serta hubungan antara opini publik dengan upaya politisi dan organisasi media untuk membuat suatu agenda tertentu (agenda-setting).

Dalam pemerintahan demokratis, seperti dikatakan Dahlan (1999), komunikasi adalah unsur esensial bagi demokrasi. Banyak ilmuwan politik maupun ahli komunikasi yang menegaskan bahwa komunikasi memiliki peran vital dalam sistem politik demokrasi. Gabriel Almond (1960) bahkan menyatakan bahwa: “Semua fungsi yang dilakukan dalam sistem politik—sosialisasi dan rekrutmen politik, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, pembuatan aturan, penerapan aturan, dan adjudikasi aturan—dilakukan dengan alat komunikasi” (*All of the functions performed in the political system—political socialization and recruitment, interest articulation, interest aggregation, rule making, rule application, and rule adjudication—are performed by means of communication*) (Rauf dan Nasrun, eds., 1993: 22).



Tak hanya Almond, Reed Blake dan Edwin Haroldsen dalam *A Taxonomy of Concepts in Communication* (1975) menyebut: “Komunikasi politik adalah komunikasi yang memiliki efek aktual atau potensial pada berfungsinya negara politik atau entitas politik lainnya” (Rauf dan Nasrun, eds., 1993: 4). Sementara Dan Nimmo dalam *Political Communication and Public Opinion in America* (1978) menegaskan “dugaan kecil bahwa demokrasi—oleh sering juga disebut pemerintah sebagai opini publik” (Rauf dan Nasrun, eds., 1993: 8).

Aktivitas komunikasi politik di dalam negara-negara yang menganut sistem politik demokratis lebih menekankan pada peran media dalam setiap aktivitas politik. Bahkan para ahli komunikasi menyatakan bahwa media massamerupakan sebagai ‘pilar keempat demokrasi’ (*fourth estate*), setelah eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Seperti di Thomas Carlyle dalam *On Heroes, Hero-Worship, and the Heroic in History* (1907) bahwa: “*The press is a power, a branch of government with an inalienable weight in law-making, derived from the will of the people*” (Pers adalah sebuah kekuasaan, sebuah cabang pemerintahan dengan kualitas yang tidak dapat dipisahkan dalam pembuatan hukum, yang berasal dari keinginan rakyat).

James Curran dalam *Media and Power* (2002: 217-227), menyatakan ada tiga peran media dalam sistem politik demokratis. Pertama, peran pengawas (*watchdog role*). Dalam konteks ini media harus memonitor semua aktivitas negara, dan berani mengungkap penyalahgunaan kekuasaan. Agar peran ini optimal, maka dibutuhkan adanya *free market* dan *deregulation* untuk positioning politik media. Kedua, sarana informasi dan debat (*information and debate*). Dalam konteks ini media mesti mampu memberikan saluran komunikasi antara pemerintah dan rakyat. Untuk hal itu, media harus membuat forum dialog (*a forum of debate*) dimana rakyat dapat mengidentifikasi masalah, mengajukan solusi, membuat kesepakatan dan memandu arah masyarakat (*to guide the public direction of society*). Ketiga, saluran suara rakyat (*voice of the people*). Dalam konteks ini media mengantarkan kepentingan rakyat kepada pemerintah, ini adalah kulminasi dari misi media. Media berbicara untuk rakyat, dan merepresentasikan pandangan dan kepentingan mereka dalam wilayah publik (*the public domain*).

Mengacu pada penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa demokrasi dan media memiliki hubungan yang bersifat resiprokal; saling memengaruhi. Di satu sisi demokrasi membutuhkan media sebagai alat komunikasi politik sekaligus sarana penghubung, baik oleh pemerintah maupun oleh masyarakat. Di sisi lain, media hanya dapat berfungsi bagi kepentingan masyarakat luas dalam sistem politik yang demokratis. Sistem politik yang demokratis dimaksudkan untuk

membedakannya dari sistem otoritarian atau totalitarian. Hubungan saling membutuhkan antara media dan demokrasi dapat ditelaah dari dua sudut pandang secara simultan, yaitu: sudut pandang makro dan sudut pandang mikro (Mughan dan Gunther, 2000).

Sudut pandang makro melihat struktur dalam sistem media dan bagaimana sistem tersebut memengaruhi politik. Pada umumnya, karakter sistemik yang paling berpengaruh adalah pola peraturan pemerintah, pola kepemilikan media, pola program acara, struktur audiens, dan karakter penonton (*viewership*). Sementara pendekatan mikro lebih fokus pada investigasi efek komunikasi politik pada tingkat individual. Dengan demikian, sukses-tidaknya media dalam membangun demokrasi sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar media itu sendiri. Sekadar contoh, pada tingkat mikro, walaupun media sudah berusaha untuk menfokuskan pemberitaan yang terkait dengan kepentingan masyarakat secara kritis, namun jika masyarakat tidak memiliki cukup kapabilitas untuk menerima informasi tersebut secara rasional, maka berita tersebut menjadi tidak banyak bermakna. Faktor yang mempengaruhi kapabilitas individual ini mencakup ketertarikan pada isu publik, kemampuan literasi, punya akses terhadap media, dan lain-lain (Simarmata, 2014: 20).

Idealnya, dalam demokrasi setiap warga negara sudah memiliki kesadaran politik yang cukup. Dengan kata lain dia tidak hanya mampu memahami isu-isu politik, melainkan sadar dan terdorong untuk mencari informasi yang dia gunakan sebagai pedoman untuk menentukan pilihan politiknya. Faktor-faktor inilah yang ada pada tingkat mikro. Pada tingkat makro, media awalnya ditentukan oleh sistem politik. Sistem politik yang otoriter akan membentuk corak media yang terkungkung. Sistem politik yang demokratis akan menghasilkan media yang liberal. Namun realitas politik di dunia saat ini, khususnya setelah perang dunia ke dua, media lebih tepat ditempatkan dalam konteks politik demokrasi. Walaupun harus diakui bahwa keberadaan media dalam konteks politik demokrasi, tidaklah serta-merta akan menjadi tulang-punggung proses menuju demokrasi yang substantif (Simarmata, 2014: 21).



# BAB ENAM

## MEDIA, POLITIK & DEMOKRASI

### A. MEDIA DAN POLITIK

Salah satu kesamaan penting antara media dan politik adalah pada hubungannya dengan kepentingan orang banyak. Media dan politik adalah dua sarana yang membutuhkan dan dibutuhkan oleh masyarakat. Politik berurusan dengan wacana kekuasaan (dan ideologi), dan isu kekuasaan (dan ideologi) tentu saja menyangkut kehidupan rakyat. Di sisi lain, secara teoritis media massa juga memiliki kepentingan terhadap agenda publik serta pembentukan opini publik. Menurut McQuail (2002), media memiliki kemampuan sebagai alat ideologi karena mampu menarik dan mengarahkan perhatian, membujuk pendapat dan anggapan, mempengaruhi sikap, memberikan status dan mendefinisikan legitimasi serta mendefinisikan realitas.

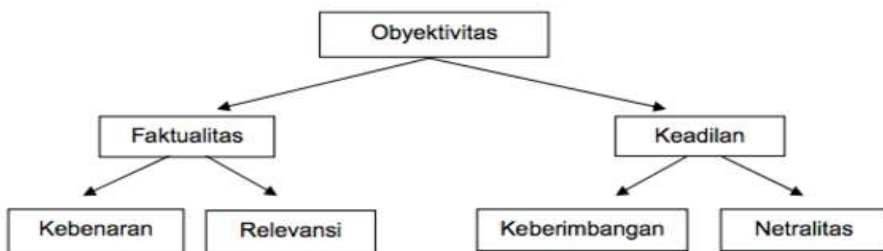
Dalam konteks sejarah politik Indonesia, secara historis, media massa sendiri diawali oleh era surat kabar. Surat kabar menjadi sebuah sarana komunikasi dan corong masyarakat pada saat itu untuk melawan penguasa, terutama di negara-negara terjajah. Surat kabar juga turut andil dalam menyebarkan rasa kebangsaan secara luas di masa kebangkitan dan pergerakan nasional Indonesia. Benedict Anderson dalam *Imagined Communities* (1983), mengatakan media massa memiliki peran penting dalam menyebarkan kesadaran kebangsaan. Surat kabar nasional pertama, *Medan Prijaji* yang dirintis oleh Tirta Adhisoerjo misalnya, memiliki andil besar dalam melecut bangkitnya rasa kebangsaan (nasionalisme) dan mempromosikan Bahasa Melayu sebagai bahasa persatuan pada 1907-1908.

Media ini mulai berkembang pesat ketika mesin cetak telah ditemukan. Kemudian era radio dan era televisi yang lebih pesat lagi, dan sekarang, era digital, dimana internet memainkan peran penting dalam kehidupan

kita. Membuat kita dengan cepat mengetahui melalui informasi yang disebar media massa terkait perkembangan politik yang berlangsung di berbagai negara, seperti sikap presiden Prancis, Emmanuel Macron yang cenderung bersikap Islamophobia, konflik politik dan militer di Timur Tengah, perang antara Armenia dan Azerbaijan, hingga klaim kemenangan para calon presiden (Donald Trump vs Joe Biden) dalam pemilihan presiden di Amerika Serikat pada November 2020.

Sebagai sarana untuk kerja jurnalistik, media sesungguhnya adalah entitas netral yang berfungsi menyampaikan informasi yang berimbang. Di Indonesia, kemerdekaan pers (yang dijamin oleh undang-undang) merupakan salah satu wujud kedaulatan rakyat dan menjadi unsur yang sangat penting untuk memberi tatanan bagi kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara yang demokratis. Dalam kode etik jurnalistik, media dan wartawan/jurnalis diwajibkan untuk bersikap independen dan netral. Berita yang dihasilkan pun harus berimbang. Wartawan juga harus independen dalam menyampaikan berita. Artinya ia harus terbebas dari segala macam kepentingan politik dan ekonomi dalam beritanya. Seperti dikatakan McQuail (1992), media berfungsi untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat luas dan memegang prinsip tentang kebebasan, kesetaraan, keberagaman, kebenaran dan kualitas informasi, mempertimbangkan tatanan sosial dan solidaritas, serta akuntabilitas. Atas dasar asumsi McQuail itu, media sesungguhnya bukan corong dari kepentingan politik tertentu.

**Gambar 28. Kriteria Objektivitas Pemberitaan**



Sumber: Wasterstahl dalam McQuail (2005).

Namun, menurut Daniel Dhakidae dalam *the State, the Rise of Capital and the fall of Political Journalism: Political Economy of Indonesian News Industry* (1992), relasi antara media dan politik di Indonesia, terutama sejak masa Orde Baru, adalah relasi yang bersifat dilematis. Pasalnya, sikap media yang tidak sepenuhnya netral dari intervensi politik maupun patronase kapital (Jati, 2013: 15). Ralasi antara media dan politik kian terlihat paradok saat klaim media sebagai pilar keempat demokrasi (*fourth estate*) dalam realitasnya justru kian menjauhkan media dari peran dan posisinya selaku pengawas (*watchdog*) kekuasaan. Implikasi berikut: demokrasi kian menjauh dari praktik *check and balances*.

Pasalnya, secara teoritis, relasi antara media dan politik adalah sesuatu yang niscaya, yang sulit dihindari dalam konteks sistem politik demokratis. Karena posisi dan fungsinya sebagai 'penyebarkan informasi' media kerap melakukan fungsi mediasi, yakni menjembatani berbagai bentuk aktivitas politik praktis yang dilakukan politisi saat mereka berinteraksi dengan berbagai kelompok masyarakat atau konstituennya. Sebaliknya, media juga bisa memediasi opini, tuntutan atau kritik masyarakat kepada para politisi. Media massa adalah ruang lalu lintas bagi segala macam ide-ide yang menyangkut kepentingan orang banyak. Namun, permasalahannya adalah: sejauh apa media bisa bertindak adil atas berbagai kepentingan yang dimediasinya? Ada begitu banyak kepentingan yang terjadi, dan bagaimana media massa menempatkannya secara proporsional? Apa yang menyebabkan sebuah kegiatan politik dari golongan tertentu lebih dikedepankan ketimbang kepentingan politik lain dari golongan yang lain juga?

Lebih dari itu, problem utama relasi media dan politik bukan hanya terletak pada bagaimana bertindak adil, tetapi juga bagaimana gemuruh aktivitas politik itu bisa selaras dengan empat fungsi, yakni memberikan informasi, memberikan pendidikan, memberikan hiburan, dan melakukan kontrol sosial. Dalam menghadapi dunia politik, media massa tak jarang menemui kesulitan-kesulitan tersendiri. Di satu sisi, media massa dituntut untuk melaksanakan fungsinya agar pembaca, pemirsa, atau pendengar kian memiliki sikap kritis, kemandirian, dan kedalaman berpikir. Namun di sisi lain, pragmatisme ekonomi memaksa media mengadopsi logika politik praktis yang terpatrit pada spektakuler, sensasional, superfisial, dan manipulatif (Iqbal, 2006),

Politik dan media memang ibarat dua sisi dari satu mata uang. Media memerlukan politik sebagai asupan yang sehat. Media, khususnya cetak dan elektronik, memerlukan karakteristik yang dimiliki oleh ranah politik praktis: hingar bingar, cepat, tak memerlukan kedalaman berpikir, dan terdiri dari tokoh-

tokoh antagonis dan protagonis. Politik juga memerlukan media massa sebagai wadah dalam mengelola kesan yang hendak diciptakan. Tidak ada gerakan sosial yang tidak memiliki divisi media. Apapun bidang yang digeluti oleh sebuah gerakan, semuanya memiliki perangkat yang bertugas untuk menciptakan atau berhubungan dengan media.

Para politisi dan komunikator politik memahami peran strategis media, bahwa tanpa media, aktivitas politik menjadi tak berarti apa-apa. Menurut C. Sommerville (2000), kegiatan politik tidak bermakna tanpa liputan media. Media memang memiliki kemampuan reproduksi citra yang dahsyat. Dalam reproduksi citra tersebut, beberapa aspek bisa ditingkatkan dan dikurangi dari realitas aslinya (simulakra). Kemampuan mendramatisir ini pada gilirannya merupakan amunisi yang baik bagi para politisi, terutama menjelang pemilu presiden maupun pemilu legislatif.

Yang menjadi masalah bagi politisi adalah bagaimana politisi menjalin hubungan muatualisme dengan pihak media; bagaimana para politisi membangun kesan tertentu dengan memilih latar belakang (pada televisi) saat bercakap-cakap dengan media; bagaimana ia mampu meyakinkan media bahwa ia dan aksinya adalah penting. Semua dilakukan dengan mengharapkan imbalan berupa publisitas. Namun pada saat yang sama, media massa juga harus berpikir bahwa ia tidak diperkenankan mengadopsi kepentingan-kepentingan tersebut secara berlebihan. Salah-salah, ia akan menjadi bagian dari program politik sebuah golongan politik. Dan tak mudah memang membuat garis demarkasi apakah sebuah media pro rakyat atau tengah ditunggangi oleh pihak-pihak tertentu yang juga mengklaim sebagai pejuang kerakyatan.

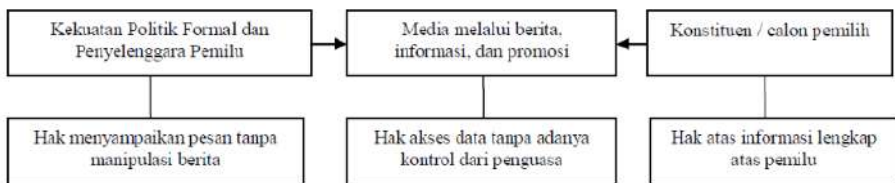
Jurgen Habermas (1971) menyatakan, media massa adalah *public sphere*, sebuah ruang publik yang eksistensinya mesti dijaga dari berbagai pengaruh dan *interest* kekuasaan. Bagi Habermas, media selayaknya menjadi *the market place of ideas*, tempat dimana berbagai gagasan ditawarkan. Media massa mempunyai sumber hidup dari wilayah publik. Habermas beranggapan bahwa kekuasaan semestinya tidak hanya dilegitimasi, melainkan juga dirasionalisasikan. Kekuasaan harus dicerahi dengan diskusi rasional yang bersifat publik agar anggota masyarakat dapat berpartisipasi aktif dalam menentukan perkembangan politik, termasuk mengarahkan kemajuan teknis masyarakat.

Dalam kaitannya dengan relasi media dan pasar (*business*), James Curran dalam *Rethinking Media and Democracy* (2000: 121-154) menunjukkan, penerapan konsep *free market* secara intens di berbagai negara dengan

menghilangkan regulasi, justru mendorong media subjektivitas media dalam memerankan fungsinya akibat bias pasar yang bersumber dari kepentingan para pelaku bisnis. Peran media sebagai *watchdog* (pengawas) kekuasaan negara yang terkait dengan logikak pasar, ternyata tidak memunculkan sikap independen yang melayani kepentingan publik, namun lebih untuk kepentingan *business*. Menurut studi Curan, liberalisme ekonomi yang disokong penuh negara justru menghambat *freedom of the press* dan *freedom of publish*. Kondisi Ini jelas bertentangan dengan konsep kebebasan press dalam sistem media yang demokratis.

Pada sisi lain, ancaman kebebasan pers di masa depan juga sangat mungkin berasal dari institusi pers itu sendiri. Yaitu, para pemilik modal di perusahaan pers, tetapi sekaligus merupakan ancaman terhadap kematangan demokrasi itu sendiri. Studi Robert Mc Chesney (*Konglomerasi Media Massa dan Ancaman Terhadap Demokrasi*, 1998) menunjukkan, penguasaan beberapa kelompok pemodal terhadap media telah berimplikasi buruk bagi praktek politik di Amerika Serikat. Apalagi bila disadari bahwa penguasaan media dan pemilikan pribadi telah memberi peluang bagi kepentingan komersial yang mempengaruhi isi media. Chasey mengambil contoh bahwa komersialisme dalam bidang media dan komunikasi telah berpengaruh besar dalam mendorong depolitisasi masyarakat sipil Amerika Serikat. Pemilik media telah menciptakan suatu budaya politik yang lemah, mendorong sikap apatisme dan egoisme yang memengaruhi perilaku politik di antara warga negara.

**GAMBAR 29. Jurnalisme Politik dalam Pemilu**



Sumber: Jati (2013). hlm. 20.

Chasey juga mengungkapkan bahwa dampak penghapusan pengaturan *cross ownership* secara tegas sejak awal 1990-an di AS, telah melahirkan sekelompok pengusaha media massa sebagai kekuatan publik

baru yang kerap bertindak untuk kelangsungan bisnisnya sendiri. Secara politik, pengusaha media massa dapat menentang dengan sekeras mungkin intervensi negara dalam aktivitas mereka. Kebijakan negara dipandang sebagai kejahatan besar terhadap pasar bebas dalam industri media, tanpa mau mempelajari terlebih dahulu apa maksud di balik kebijakan tersebut.

Menurut Lipmann (1995), jika media massa telah dikuasai oleh negara, maka opini publik yang muncul tidaklah berarti (bernilai) karena publik yang ada disitu adalah hasil manipulasi. Lipmann mengistilahkannya dengan sebutan *the phantom of public*. Untuk menggambarkan kondisi dimana anggota masyarakat telah menjadi semacam 'spectator tuli' dalam seluruh proses kreasi opini publik. Publik dalam pandangan Lipmann ini akan menjadi *powerless* dan kaum kelas menengah tak lama kemudian akan menghubungkan ekspresi opininya kepada elite tersebut. Ini karena kaum kelas menengah masih banyak mempunyai kepentingan ekonomi dan politik dengan elite-elite pemerintahan yang berkuasa (Panuju, 2002: 196).

Seperti dikatakan Anthony Giddens (*Introduction to Sociology*, 2001), pendemokrasian merupakan tema dan isu pokok perubahan dunia saat ini, di dalamnya terdapat berbahagai persoalan yang saling terkait satu sama lain (inheren), mengenai kebebasan yang antara lain menyangkut hak-hak kebebasan masyarakat sipil (Poti, 2016: 4). Menurut Dahlgren (*Deliberative Democracy and Civic Culture*, 2002), juga McCornell dan Becker (*The Role of Media in Democratization*, 2000), tanda yang paling jelas dari suatu rezim yang tidak demokratis adalah penghalangan/pelarangan terhadap hak-hak masyarakat yang asasi, seperti hak melahirkan pendapat dan berkomunikasi. Sekiranya gagasan dan ide-ide mengalir secara bebas tetapi masih dalam kekangan, maka tidak akan ada informasi yang benar dan terpercaya. Begitu pula jika media massa sebagai ruang publik tersebut terbuka dan bebas tetapi tidak ada partisipasi, ide dan gagasan masyarakat, maka demokrasi akan dapat terkikis sebagaimana halnya demokrasi itu akan musnah ketika hak-hak masyarakat yang asasi tersebut dikekang dan dilarang (Kadarsih, 2008).

Di Indonesia, selama masa pemerintah Orde Baru, negara (pemerintah) mendominasi media massa, tetapi bukan berarti tidak ada upaya-upaya yang dilakukan oleh media massa untuk melepaskan diri dari belenggu otoritarianisme. Hal fundamental masih harus terus diperjuangkan oleh media di Indonesia, antara lain: (1) hak pers melakukan kontrol, kritik, dan koreksi yang bersifat konstruktif; (2) sensor dan pembredelan tidak dikenakan pers nasional; (3) kebebasan pers



sesuai dengan hak asasi warga negara dijamin; dan (4) untuk mengusahakan penerbitan pers dan mengelola badan usahanya tidak memerlukan surat izin terbit (SIUP) (Ngadino, 2010).

Pasca reformasi, persoalan yang masih menyisa terkait relasi media dan politik masih berkisar pada hubungan tarik menarik kepentingan antara pihak pengelola media (isu kebebasan berekspresi dan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat), pihak pemilik media (berorientasi profit) serta negara—melalui Kominfo atau Dewan Pers. Pihak lain yang juga memiliki kepentingan dengan produk media tentu saja adalah masyarakat. Posisi masyarakat adalah sebagai konsumen. Masyarakat—baik sebagai individu maupun kelompok—tertentu ikut memberikan masukan (saran atau kritik) pada pihak pengelola media. Tetapi persoalan utama yang dihadapi oleh industri media di Indonesia lebih banyak terjadi dalam relasinya dengan pihak pemilik media (pemodal) dan negara. Dari dua elemen ini, yang terasa sangat dominan perannya adalah negara (Dhani, 2018).

## **B. POLITIK MEDIA**

Membicarakan orientasi pilihan media dalam sebuah negara, tak akan lepas dari konsep yang disebut ‘politik media.’ Secara umum politik media dipahami sebagai upaya untuk mewujudkan kebebasan media, kebebasan informasi, dan kebebasan penyampaian ide dan pemikiran. Demikian pula konsep ini sering juga dipahami sebagai kajian kepentingan politik oleh aktor-aktor politik yang terkait dengan media. Konsep politik media dapat dipahami setidaknya dalam tiga frame analisis berikut: (1) media massa dan transisi politik; (2) politik media sebagai kebijakan negara; (3) politik media sebagai sistem jaringan perilaku antar aktor; dan (4) politik media sebagai konvergensi ekonomi-politik (Donges dkk., 2003: 1; Wahyuni, 2007: 15).

### **1. Media dan Transisi Politik**

Konsep transisi politik dan pengaruhnya pada posisi dan peran media massa (atau sistem penyiaran) berlangsung bersamaan dengan menguatnya gelombang transisi politik menuju sistem demokratis di berbagai negara di belahan dunia. Transisi politik menuju sistem politik demokratis menempatkan media sebagai salah satu indikator penting untuk melihat keberhasilan dan kesungguhan pemerintahan baru dalam menjalankan agenda reformasi politik. Seperti dikatakan Lee Edwards dalam *Globalization of the Economy: The Impact on*

*Politics, Family, and Society* (2001), kita bisa melihat beberapa karakteristik model *atmosphere* politik dan relasinya dengan operasionalisasi kerja media sebagai berikut (Wahyuni, 2007: 13):

**TABEL 16. Model Kerangka Kerja Media Massa**

Model	Karakteristik	Kerangka Kerja	Contoh
Model Liberal-Demokratik	Baik politik maupun Media Massa suatu negara bebas dari kendali pemerintah	Politisi dan jurnalis beroperasi dalam kerangka tanggung jawab dan akuntabilitas	Amerika Serikat
Model Otoritarian	Politik dan media massa diatur oleh pemerintah	Politisi dan jurnalis beroperasi dalam kerangka politik riil, yang memungkinkan pemerintah (bukan rakyat) untuk menentukan bagaimana seharusnya institusi (pers) yang bebas itu.	Saudi Arabia, Singapura, dan Chile (dibawah Pinichet)
Model Totalitarian	Politik dan media massa di kontrol secara mutlak oleh pemerintah	Semua institusi beroperasi dalam kerangka utopis yang diperhitungkan untuk membentuk seluruh masyarakat dalam citra pihak yang berkuasa	Korea Utara, Suriah, Zimbabwe, dan Iraq (di bawah Saddam Husein)
Model Transaksional	Media tetap berjalan bebas, namun tetap ada kontrol negara	Ideologi media beragam: pragmatis, progresif maupun revolusioner dalam pemilu dan politik	Indonesia, Thailand, dan Argentina

Dari tabel di atas setidaknya dapat dilihat bahwa kerangka kerja institusi sosial, politik atau ekonomi sangat diwarnai oleh *atmosphere* politik yang melingkupinya. Berkait dengan suasana transisi politik yang sedang berlangsung di tingkat makro tentulah terjadi juga perubahan pada tingkat mikro, media. Aturan yang sekian lama dipraktekkan tiba-tiba menjadi sesuatu yang justru dihindarkan untuk memaknai transisi politik menuju sistem politik baru yang dicita-citakan. Dalam konteks ini politisi ataupun jurnalis berupaya mencari format operasionalisasi profesi mereka jika ingin tetap bertahan hidup dalam kondisi sosial politik yang tak menentu. Misalnya saja, politisi atau jurnalis yang

sekian lama biasa melakukan praktek kerja yang di kontrol secara absolut oleh pemerintah pada *sphere* politik totalitarian, secara tiba-tiba harus mengubah gaya kerja mereka dalam kerangka kerja sistem demokratis yang lebih membebaskan. tentu saja membawa konsekuensi tersendiri.

Dalam perspektif demokrasi, media dalam transisi politik berperan tidak hanya sebagai medium tetapi sekaligus sebagai faktor pendorong proses politik (demokratisasi) yang sedang berlangsung. Sebagai medium, media lah yang mengantarkan informasi secara masif kepada seluruh lapisan masyarakat; dan sebagai faktor, media melalui berita yang disajikan mengasah ketajaman berpikir (*sense of logic*) wacana demokrasi kepada *audience* atau khalayak yang dituju. Duncan McCargo (2003) berdasarkan studinya mengenai transformasi media di Asia Pasific menggarisbawahi pentingnya media dalam proses transisi politik (Wahyuni, 2007: 14):

“Konsumsi inti dari banyak literatur tentang demokratisasi adalah bahwa media yang lebih independen dengan kebebasan lebih besar akan memberikan kontribusi positif terhadap perubahan politik, mendukung transisi demokrasi dan jatuhnya rezim otoriter. Dengan kata lain, media dapat memainkan peran yang sangat penting pada fase transisi, di mana mereka dapat bertindak sebagai agen perubahan yang menentukan.”

Seperti disampaikan oleh Jan Servaes dan Rico Lie (*Media and Politics in Transition: Cultural Identity in the Age of Globalization*, 1997), pada tingkat realitas, berbagai studi di negara seperti di Rusia, Kamerun, Uzbekistan, Malaysia atau di Indonesia menunjukkan bahwa proses transisi reformasi media sendiri dalam perkembangannya menunjukkan arah yang variatif. Reformasi media menuju demokrasi ternyata seringkali terpaksa harus berkompromi dengan berbagai kepentingan aktor politik atau kepentingan ekonomi. Terancamnya posisi politik aktor-aktor lama dengan masuknya aktor-aktor politik baru telah membawa kondisi transisi yang cukup problematis. Upaya-upaya media untuk melakukan transformasi dari posisi awal sebagai mesin propaganda negara menuju media yang bebas dan independen atau media sebagai pelayan publik terjebak dalam rangkaian konflik dan kontroversi politik. Realitas ini kian memperkuat argumen bahwa kebebasan media merupakan suatu hal yang perlu terus diperjuangkan karena sangat penting dalam proses demokrasi (Wahyuni, 2007: 15).

Media memainkan peranan penting dalam gerakan yang terjadi di negara-negara Asia Tenggara seperti yang terjadi di Filipina pada tahun 1986 ketika

berlangsung gerakan *people power*, yaitu sebuah gerakan untuk menjatuhkan Marcos dari kursi presiden. Begitu pula yang terjadi di Thailand pada tahun 1992 yang terkenal dengan Peristiwa Mei. Rakyat Thailand berhasil menyingkirkan pemerintahan Suchinda Kraprayoon. Sedangkan di Indonesia pada tahun 1998, gelombang demonstran dari kalangan mahasiswa juga berhasil melengserkan Presiden Soeharto. Dalam kajian demokratisasi, *press independent* membuka peluang bagi terbukanya kebebasan, perubahan politik, dan mendukung transisi demokrasi serta meruntuhkan rezim yang otoritarian. Media juga dapat bertindak sebagai agen perubahan. Dalam *Freedom Takes Hold: ASEAN Journalism in Transition* (1988), Neumann menjelaskan bahwa kebebasan memegang peranan penting di Asia Tenggara, khususnya dalam proses liberalisasi politik yang berhubungan dengan munculnya pers yang lebih terbuka dan kritis. Kondisi ini sangat berbeda bila dibandingkan dengan masa sebelum jatuhnya Soeharto (Hajad, 2016: 1-2).

Andrew Milton dalam *The Rational Politician: Exploiting the Media in New Democracies* (2000) menyebut bahwa salah satu sebab tantangan terbesar transformasi media adalah kepentingan berbagai aktor politik atau ekonomi dalam arena media, seperti dikatakan Milton (Wahyuni, 2007: 15):

“... reformasi aktual (ke arah kemerdekaan yang lebih besar, kebebasan, dan seterusnya) dari media berita lebih kecil kemungkinannya daripada bertahannya ketergantungan. Kepentingan aktor politik itu sendiri, kemauan untuk puas dengan munculnya reformasi yang sebenarnya, kegunaan hubungan kelembagaan ketergantungan media merupakan faktor-faktor yang dapat menggagalkan reformasi (pembebasan) media ...”

Pada sisi lain, mengutip Aminah (2006: 35), asumsi yang mendasari kaitan antara peran media massa dalam proses transisi politik adalah: (1) media adalah sebuah institusi dan aktor politik yang memiliki hak-hak; dan (2) media dapat memainkan berbagai peran politik, diantaranya mendukung proses transisi demokrasi, dan melakukan oposisi. Seperti dikatan Timothy Cook dalam *Governing with the News: the News Media as a Political Institution* (1998: 4), bahwa hal ini telah menjadi perhatian penting pada masyarakat Barat, di mana para jurnalis telah berhasil mendorong masyarakat untuk tidak melihat mereka sebagai aktor politik, sedangkan parapakar politik juga telah gagal untuk mengenali media sebagai sebuah institusi politik. Jika mempercayai media sebagai aktor politik, maka peran macam apa yang dimainkannya? Dalam negara berkembang

seperti Indonesia, pemusatan peranan politik media telah diakui. negara telah sering menekankan pentingnya pers dalam proses *nation building*.

Sebagaimana pernah diucapkan oleh Presiden Suharto dalam pidatonya pada hari Pers Nasional tahun 1989, bahwa (Aminah, 2006: 36):

“Sebagai bagian integral dalam masyarakat, bangsa dan negara yang sedang berkembang, maka pers memiliki peranan penting dalam membantu mengelola bangsa ini dengan semua kerumitannya melalui diseminasi berita, opini, ide, harapan ke masyarakat.... Media dalam konteks ini telah memainkan peran membantu membangun dan melestarikan kesatuan dan persatuan sebagai sebuah bangsa.”

Studi Makato Koike (*Globalizing Media and Local Society in Indonesia*, 2002) juga menunjukkan posisi media harus dilihat sebagai sebuah titik pertemuan dari banyak kekuatan dan kepentingan politik. Pasalnya, dalam era demokrasi politik bercorak representatif saat ini media massa memiliki pengaruh atas bentuk-bentuk kampanye politik (cetak maupun elektronik) yang akan menentukan pilihan atau keputusan politik masyarakat yang membutuhkan referensi. Melalui sajian berita politik, media secara tidak langsung telah memberikan referensi kepada masyarakat untuk memengaruhi keputusan politiknya. Efektivitas pengaruh media massa juga terlihat saat media massa melakukan propaganda (memengaruhi) masyarakat dalam mencari suara atau memengaruhi opini dan persepsi publik guna membangun dukungan politik yang diorientasikan pada kekuasaan kelompok tertentu (Hajad, 2016: 1).

**TABEL 17 Bentuk dan Pengaruh Pemberitaan Media Kepada Masyarakat**

Bentuk Media	Pengaruh Pada Masyarakat
Televisi	Televisi dengan karakteristik audio visualnya memberikan sejumlah keunggulan, diantaranya mampu menyampaikan pesan melalui gambar dan suara secara bersamaan dan hidup, serta dapat menayangkan ruang yang sangat luas kepada sejumlah besar pemirsa dalam waktu bersamaan. Contohnya melalui iklan.
Surat Kabar	Sebuah berita besar dalam surat kabar atau yang menjadi topik utama selalu ditempatkan di halaman depan dengan judul yang menarik dan membuat penasaran ditambah dengan foto yang mendukung. Contohnya surat kabar dengan sajian berbentuk kata tercetak atau bentuk visual berupa foto berita, lambang partai politik, atau karikatur memiliki pengaruh yang besar dalam kampanye politik

Sumber: Hajad (2016). hlm. 3.

## 2. Politik Media Sebagai Kebijakan Negara

Politik media sebagai kebijakan negara menempatkan posisi negara begitu kuat. Dalam perspektif ini, politik media merupakan keseluruhan kebijakan yang melibatkan seluruh unsur-unsur dari sistem politik (eksekutif, legislatif, yudikatif), yang langsung atau pun tidak langsung memengaruhi produksi, distribusi, dan konsumsi (penerimaan) isi informasi dalam masyarakat. Otfried Jarren dan Patrick Donges dalam *Mediatization of Political Organizations: Changing Parties and Interest Groups?* (2014) membedakan politik media dalam dua kategori politik, yakni: (a) politik media langsung; dan (b) politik media tak langsung.

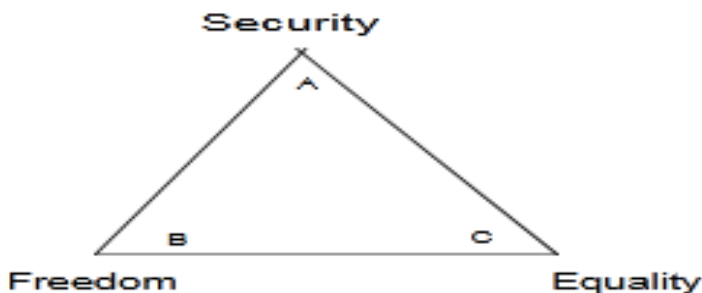
Masuk dalam kategori *politik yang bersifat langsung*, jika kebijakan media terkait dengan keseluruhan struktur media ataupun organisasi dan pemungisian tiap-tiap media massa. Sedangkan *politik media tak langsung* berkait dengan kebijakan iuran (untuk media siar), aturan pajak untuk media dan sebagainya. Adapun instrumen dari dua jenis politik media ini adalah tatanan politik, infrastruktur politik, media dan organisasi politik, serta penempatan personalia dalam komisi ataupun organisasi yang berkait dengan televisi publik (Wahyuni, 2007: 16).

Konsep politik media sebagai kebijakan negara sangat berkait dengan horizon nilai yang terkandung dalam sebuah penataan media, yang pada akhirnya menentukan orientasi makro kebijakan media. Gerhard Vowe dan Philipp Hen dalam *Political Communication in the Online World: Theoretical Approaches and Research Designs* (1999) merumuskan tiga horizon nilai yang dominan dalam penataan media (Wahyuni, 2007: 15-16):

1. Nilai keamanan (*security*). politik media seharusnya mampu menjamin terciptanya rasa aman dalam masyarakat. Melindungi masyarakat dari bahaya yang mengancam sebagai akibat keterbukaan dan kebebasan penyampaian informasi melalui media massa Banyak dipraktekkan oleh negara-negara yang menggunakan tradisi Etatisme dan korporatisme (contoh: Jerman, Austria).
2. Nilai kebebasan (*freedom*) politik media seharusnya menjamin terwujudnya media massa sebagai sebuah arena publik yang dapat digunakan oleh seluruh kelompok-kelompok dalam masyarakat untuk menyampaikan ide dan pemikiran mereka yang berkait dengan kepentingan publik. Banyak dipraktekkan oleh negara-negara Anglo Saxon (Amerika, Kanada, Australia, dan Inggris).
3. Nilai keadilan (*equality*) politik media seharusnya dapat dirasakan

pengaruhnya oleh seluruh kelompok-kelompok dalam masyarakat secara optimal, media diharapkan memperkecil kesenjangan dalam masyarakat. Banyak dipraktekkan di negara-negara Skandinavia.

Dalam relasi antara ketiga nilai tersebut, Voewe merumuskan adanya tarik menarik di antara ketiga nilai tersebut . Hal ini digambarkannya dalam relasi segi tiga sama sisi berikut:



Dalam model tersebut, terkandung beberapa proposisi, di antaranya:

1. Jika media politik didominasi oleh salah satu nilai saja, maka pada saat yang sama dua nilai yang lain akan terminimalisasikan.
2. Korelasi positif: jika A dominan, maka dominan pula B dan / atau jika C kecenderungan pada nilai kebebasan misalnya, akan diikuti pula kecenderungan meningkatnya nilai keadilan dan nilai keamanan. Demikian pula jika A lemah, maka nilai lain B dan/atau C juga melemah.
3. Korelasi nol: jika A dominan, tetapi nilai B dan/atau C tetap (tidak 3. terpengaruh). Misalnya kecenderungan pada nilai keadilan, tidak mempengaruhi dua nilai lainnya.

### ● **Negara dan Media Era Orde Lama**

Politik media pada masa Orde Lama adalah kombinasi dari wajah pers partisan dan pers independen. Pada masa ini, eksistensi media (pers) dapat kita bagi dalam dua masa periode perkembangan, yakni: (1) perkembangan media (pers) masa pemerintahan parlementer atau masa Demokrasi Liberal; dan (2) perkembangan media (pers) masa Demokrasi Terpimpin. Pada masa Demokrasi Liberal, pemerintah mendorong pendirian partai-partai politik dalam rangka

memperkuat sistem pemerintahan parlementer, melalui Maklumat Pemerintah No. 3 November 1945. Maklumat ini dibuat pemerintah untuk persiapan rencana penyelenggaraan pemilihan umum tahun 1946, dan tercatat sebagai tonggak awal demokrasi Indonesia (id.wikipedia.org).

Eksistensi media (pers) pada masa Demokrasi Liberal dasar hukum penyelenggaraannya bersumber dari Konstitusi Indonesia Serikat (RIS) dan Undang-Undang Dasar Sementara (UUDS) 1950. Dalam konstitusi RIS pasal 19 disebutkan bahwa setiap orang berhak atas kebebasan berpendapat. Kemudian pasal 19 ini kembali dicantumkan dalam UUDS 1950 yang mencerminkan meskipun terjadi pasang surut kehidupan politik, namun kebebasan pers dalam berpendapat tetap termaktub dalam konstitusi. Media (pers) pada masa Demokrasi Liberal merupakan alat propaganda dari partai-partai politik. Beberapa partai politik memiliki koran (media cetak) yang menjadi corong kepentingan politik partainya. Masa ini, media (pers) dikenal sebagai pers partisan (Rohim, in [www.academia.edu/18784416/](http://www.academia.edu/18784416/)).

Suasana kehidupan pada masa Demokrasi Liberal juga ditandai oleh kebebasan para wartawan untuk menerbitkan media, terutama media cetak. Pada masa ini, siapa pun yang memiliki modal, berupa uang, tidak peduli berasal dari golongan manapun atau menganut aliran dan ideologi politik apa, dengan tanpa memerlukan izin dari siapa pun dapat menerbitkan pers, khususnya surat kabar. Sementara itu pemerintah Indonesia sendiri memang mendorong usaha penerbitan pers, dengan cara memberikan bantuan modal, subsidi untuk kertas koran, alat-alat cetak dan berlangganan setiap surat kabar yang terbit. Usaha dari pemerintah ini berkaitan dengan kebutuhan untuk mendapatkan informasi dan pandangan yang menguntungkan bagi kepentingan dan kebijakan politik pemerintah Indonesia di tengah-tengah masih hidup suburnya pers Belanda dan pers Cina yang membawa suara dan orientasi politiknya masing-masing (Suwirta, 1980: 49).

Eksistensi media (pers) pada masa Demokrasi Terpimpin dilatari oleh kebijakan politik Presiden Soekarno yang menerbitkan Dekrit Presiden tahun 1959 yang membuat Indonesia memasuki sebuah era baru, yaitu era yang dikemudian hari dikenal sebagai masa 'Demokrasi Terpimpin.' Di era Demokrasi Terpimpin ini, pemerintah (melalui militer) melakukan berbagai bentuk pelarangan terhadap kegiatan politik termasuk pers. Persyaratan untuk mendapat Surat Izin Terbit dan Surat Izin Cetak diperketat hingga kemudian para buruh dan pegawai surat kabar banyak melakukan *slowdown* atau mogok secara



halus. Selain itu, Partai Komunis Indonesia (PKI) juga cukup berpengaruh dalam pemerintahan Indonesia, sehingga berita yang diterbitkan separuhnya bersifat propaganda pro komunis.

Kehidupan pada tahun 1950/1960-an ditandai oleh munculnya kekuatan-kekuatan politik dari golongan nasionalis, agama, komunis, dan militer (Angkatan Darat/AD). Masing-masing kekuatan politik ini pada tahun 1950-an memiliki media untuk corong kepentingan politiknya. Misalnya, surat kabar *Suluh Indonesia* milik PNI (Partai Nasional Indonesia), *Harian Abadi* milik Masyumi (Majelis Syuro Muslimin Indonesia), *Duta Masjarakat* milik NU (Nahdatul Ulama), *Harian Rakjat* dan *Warta Bhakti* milik PKI (Partai Komunis Indonesia). Sedangkan pada tahun 1960-an TNI-AD (Tentara Nasional Indonesia-Angkatan Darat) juga memiliki dan menerbitkan surat kabar seperti *Angkatan Bersendjata* dan *Berita Yudha*. Dalam konteks relasi media dan kekuatan-kekuatan politik negara ini, maka berita dan opini media merupakan perpanjangan dari kebijakan dan program kekuatan politik yang mendukungnya. Persaingan dan pergumulan di antara kekuatan-kekuatan politik yang ada pada tahun 1950-an dan 1960-an itu juga tercermin dalam ‘perang pena’ dan ‘perang suara’ surat-surat kabar yang dimilikinya (Suwarta, 1980: 50).

**TABEL 18. Pers Indonesia Era 1950-1960-an**

No.	Nama Surat Kabar	Tempat dan Mulai Terbit	Perkiraan Jumlah Tiras
1.	<i>Merdeka</i>	Jakarta: 1 Oktober 1945	20.000 eksemplar
2.	<i>Berita Indonesia</i>	Jakarta: September 1945	10.000 eksemplar
3.	<i>Pedoman</i>	Jakarta: 29 Nopember 1948	48.000 eksemplar
4.	<i>Indonesia Raya</i>	Jakarta: 29 Desember 1949	47.500 eksemplar
5.	<i>Indonesian Observer</i>	Jakarta: 1 Oktober 1954	7.500 eksemplar
6.	<i>Times of Indonesia</i>	Jakarta: 1952	5.000 eksemplar
7.	<i>Keng Po</i>	Jakarta: 1947	39.000 eksemplar
8.	<i>Harian Abadi</i>	Jakarta: 2 Januari 1950	34.000 eksemplar
9.	<i>Suluh Indonesia</i>	Jakarta: 1953	40.000 eksemplar
10.	<i>Duta Masjarakat</i>	Jakarta: 2 Januari 1954	15.000 eksemplar
11.	<i>Harian Rakjat</i>	Jakarta: 1951	55.000 eksemplar
12.	<i>Pikiran Rakjat</i>	Bandung: 1 Juni 1950	16.000 eksemplar
13.	<i>Sipatahunuan</i>	Bandung: 20 April 1923	15.000 eksemplar
14.	<i>Suara Merdeka</i>	Semarang: 11 Februari 1950	5.000 eksemplar
15.	<i>Kedaulatan Rakjat</i>	Yogyakarta: 27 September 1945	15.000 eksemplar
16.	<i>Harian Nasional</i>	Yogyakarta: Desember 1945	7.500 eksemplar
17.	<i>Surabaya Post</i>	Surabaya: 1 April 1953	15.000 eksemplar
18.	<i>Suara Rakjat</i>	Surabaya: 1 Oktober 1945	14.000 eksemplar.
19.	<i>Waspada</i>	Medan: 11 Januari 1947	10.000 eksemplar
20.	<i>Haluan</i>	Padang: 1 April 1948	7.500 eksemplar
21.	<i>Kalimantan Berjuang</i>	Barjarmasin: 1 November 1946	5.000 eksemplar
22.	<i>Pedoman Rakjat</i>	Makasar: 1 Maret 1947	5.000 eksemplar

Sumber: Suwarta (2008). hlm. 52.

Kebebasan pers selama kurun waktu 1950-1965, kiranya dapat dibagi ke dalam tiga fase sebagai berikut: pertama, fase pers liberal yang eksis dan berlaku sejak pengakuan kedaulatan RI sampai dengan diberlakukannya SOB pada tahun 1957; kedua, fase pers terpimpin, yang eksis sejak pers dikontrol secara ketat oleh tentara dan pemerintah sampai dengan dicabutnya SOB pada tahun 1963; dan ketiga, fase pers terkooptasi oleh pemerintah, masa-masa suram ketika pers mengalami proses 'manipolisasi dan nasakomisasi' pada masa Demokrasi Terpimpin sampai dengan tahun 1965 (Suwirta, 1980: 54).

### ● **Negara dan Media Era Orde Baru**

Memasuki masa Orde Baru, politik media sebagai kebijakan negara dilakukan dengan memperlemah posisi politik media massa (pers) di seluruh penjuru negeri melalui berbagai perangkat ideologis negara (*ideological state apparatus/ ISA*). Melalui politik pengendalian, rezim Orde Baru menyusun satu mekanisme dan teknik kontrol yang sangat efektif di dalam hampir seluruh aspek kehidupan pers. Bentuk pengendalian negara Orde Baru atas pers dapat diringkas sebagai berikut (Hidayat, dkk., 2000: 6; Gazali, 2004: 60-61):

1. Melakukan kontrol preventif dan korektif terhadap pemilihan institusi media, melalui Surat Izin Terbit (SIT) dan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP); kedua izin ini terutama dikeluarkan atas dasar kriteria-kriteria politik.
2. Melakukan kontrol terhadap individu dan praktisi profesional (wartawan) melalui mekanisme seleksi dan regulasi, seperti keharusan bagi wartawan untuk masuk sebagai anggota dari satusatunya organisasi wartawan yang diizinkan berdiri pada waktu itu, keharusan bagi para pimpinan redaksi untuk mengikuti penataran tentang Pancasila sebagai ideologi negara yang pada dasarnya merupakan sebuah upaya indoktrinasi.
3. Melakukan kontrol melalui penunjukan individu yang dirasa tepat untuk posisi-posisi tertentu pada media yang dimiliki pemerintah (seperti TVRI dan RRI).
4. Melakukan kontrol terhadap produksi teks berita (baik untuk isi maupun formatnya) melalui berbagai mekanisme, termasuk misalnya 'budaya telpon' ke ruang-ruang redaksi media untuk memperingatkan agar media tidak menyiarkan kejadian-kejadian tertentu yang dianggap bisa mengganggu 'citra pemerintah'.
5. Melakukan kontrol terhadap sumber daya, misalnya monopoli suplai kertas.
6. Melakukan kontrol terhadap akses kepada pers, misalnya, dengan melarang

liputan pers atas tokoh-tokoh yang pandangannya bersebrangan atau dianggap kritis terhadap pemerintah.

Secara umum kontrol yang sistematis ini tidak hanya berlaku terhadap media cetak, tetapi juga terhadap media elektronik seperti televisi dan radio. Di luar sejarah panjang monopoli TVRI sejak 1962 hingga 1989, kepemilikan stasiun-stasiun televisi baru di Indonesia pada masa Soeharto terutama terkait dengan sejauh mana kedekatan mereka dengan keluarga Cendana, termasuk kroni-kroni bisnis terdekatnya, kalangan elite Golkar, atau perwira militer yang selama ini menjadi mesin politik utama Orde Baru. Demikian pula dengan kepemilikan stasiun-stasiun radio yang sekalipun relatif lebih dulu terbuka bagi kalangan swasta, tetap saja prioritas utama atas kepemilikan bisnis media penyiaran itu dipastikan berada di tangan pihak-pihak yang dekat dengan pemerintah (Gazali, 2004: 61).

Serangkaian tindakan penindasan terhadap pers selama masa Orde Baru, antara lain terlihat nyata pada kasus pembredelan 13 koran dan majalah tahun 1974, penutupan 7 koran di Jakarta dan 7 koran kampus pada 1978, serta beberapa pembredelan lain di tahun 1987 (*Jurnal Ekuin*), 1986 (*Sinar Harapan*), dan 1994 (*Tempo*, *deTik*, *Editor*) (Gazali, 2004: 60-61)). Jika politik pembredelan ditelusik sepanjang masa Orde Lama hingga era Orde Baru, maka akan lebih banyak lagi data pembredelan: *Panji Masyarakat* (Sukarno), *Abadi*, *Indonesia Raya*, *KAMI*, *Pedoman*, *Pemuda Indonesia*, *The Jakarta Times*, *Wenang*, *Nusantara*, *Suluh Berita*, *Mahasiswa Indonesia* Majalah *Ekspres*, dan Tabloid *Monitor* ([id.wikipedia.org/wiki/Pembredelan](http://id.wikipedia.org/wiki/Pembredelan)).

**TABEL19. Model Hubungan Pers, Masyarakat, dan Negara**

Indikator	Dominatif	Pluralistik
Sumber kekuasaan	Negara, elite politik atau elite ekonomi (kelas dominan)	Berbagai kelompok non-negara yang saling bersaing
Sistem pemilikan media	Segelintir orang yang memiliki akses untuk menembus regulasi perizinan terbit serta akses ekonomi	Setiap orang yang memiliki kemampuan idealism jurnalistik serta modal ekonomi, tanpa ada regulasi perizinan terbit
Isi dan Orientasi Media	Orientasi cenderung bias negara, kelas politik atau kelas ekonomi dominan	Orientasi politik ke masyarakat (kelompok-kelompok sosial politik non-negara)

Sumber: A. Zaini Abar (1995).

## ● Negara dan Media Era Reformasi

Relasi politik media dan negara di era reformasi jauh lebih demokratis di bandingkan dengan masa Orde Baru. Sebagian pihak malah mengatakan, bahwa era reformasi tak hanya era pers bebas, namun telah masuk era pers ‘kebablasan’. Namun, jika kita cermati secara lebih kritis dan detail, dalam konteks praktis, era pers reformasi disana-sini masih kita temui bentuk-bentuk pengendalian/kontrol negara, bahkan kekerasan aparat terhadap para pekerja media, terutama terhadap pers atau institusi penyiaran di daerah. Deregulasi terhadap berbagai produk hukum yang mengatur institusi pers dan media penyiaran telah banyak dilakukan di era reformasi, tentu dengan tujuan memperkuat posisi media/pers dalam konteks demokrasi.

Di era Reformasi (1998) kuatnya desakan publik untuk mengubah semua paradigma pengaturan media. Simbol dari kontrol media berupa SIUPP diubah. Izin berdasarkan Kepmenpen No. 1 Tahun 1998 tidak lagi memerlukan 14 syarat sebelumnya, tapi hanya 4 syarat. Masing-masing akta notaris, izin pendirian perusahaan, nama jajaran pengelola, serta mengajukan permohonan untuk mendirikan usaha penerbitan. Izin dikeluarkan satu minggu setelah permohonan. Dalam beberapa kasus diselesaikan dalam empat hari. Secara signifikan jumlah penerbitan baru bertambah. Dalam masa setahun pemerintahan di era Habibie, diterbitkan 1700 Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) baru. Sebagian besar media yang telah mendapat izin itu tidak pernah diterbitkan, sebagian lagi mati sebelum berkembang, namun nuansa kemerdekaan untuk menerbitkan usaha pers tampak jelas, dan menjadi pendorong kuat untuk menampilkan jurnalisme bebas yang amat bersemangat. Pemerintah era Reformasi di bawah kepemimpinan Presiden B.J Habibie juga mengesahkan UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers pada 23 September 1999 sebagai ganti dari UU pers sebelumnya (Ishadi SK, 2019).

Namun, dalam prakteknya rezim Reformasi juga mendapat banyak kritik yang menyangkut praktik kebebasan serta pelaksanaan hak-hak sipil dan hak-hak politik rakyat. Sebagaimana dirilis oleh *hukumonline.com* (2018), para aktivis hak asasi manusia, misalnya, menganggap setidaknya ada tujuh regulasi yang dibuat rezim Reformasi yang tidak selaras dengan amanat reformasi, dan potensial membungkam kebebasan pers.

1. Regulasi mengenai organisasi kemasyarakatan. Awalnya Pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) No. 2 Tahun 2017 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 17 Tahun

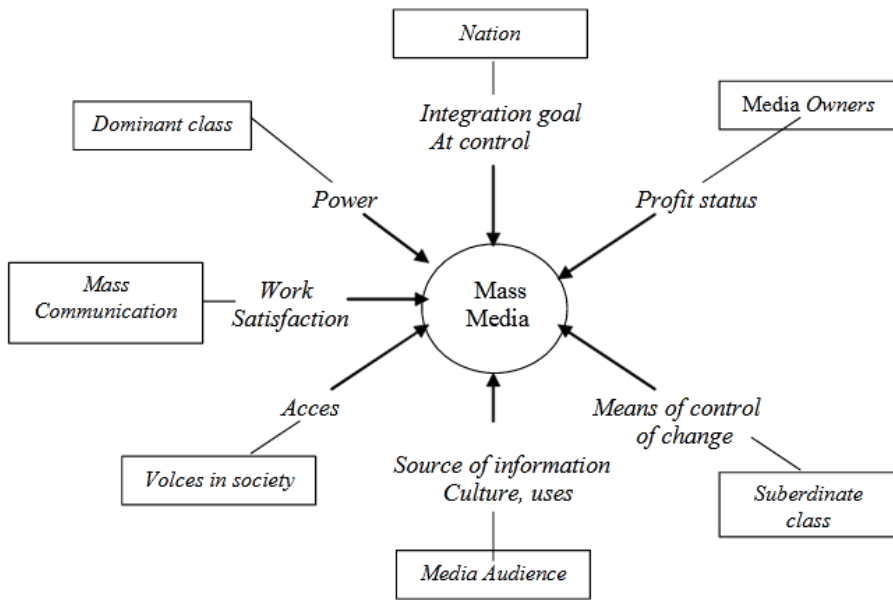
2013 tentang Organisasi Kemasyarakatan. Perppu ini kemudian disetujui menjadi Undang-Undang dan kini dikenal sebagai Undang-Undang No. 16 Tahun 2017. Imparsial menilai peraturan terbaru mengenai ormas itu mengancam kebebasan berserikat. Kebebasan berserikat sangat terkait kebebasan lainnya seperti kebebasan berpendapat dan berekspresi, berkumpul, berpikir, berkeyakinan, dan beragama.

2. Undang-Undang No. 2 Tahun 2018 tentang Perubahan Kedua Atas UU No. 17 Tahun 2014 tentang MPR, DPR, DPD, dan DPRD. Peraturan itu memberi kewenangan DPR untuk memanggil paksa pihak lain untuk hadir dalam rapat di DPR. Lebih dari itu, dalam menjalankan panggilan paksa itu dapat juga menyandera setiap orang untuk jangka waktu paling lama 30 hari. Pasal 122 huruf l Undang-Undang MD3, memberi kewenangan Mahkamah Kehormatan Dewan (MKD) untuk mengambil langkah hukum terhadap pihak yang merendahkan kehormatan lembaga dan anggota DPR.
3. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang telah diperbarui lewat UU No. 19 Tahun 2016, banyak memuat ketentuan yang multitafsir sehingga berpotensi meng-kriminalisasi masyarakat.
4. Undang-Undang No. 7 Tahun 2012 tentang Penanganan Konflik Sosial. Undang-Undang ini dinilai bermasalah karena mengatur pelibatan TNI dalam penanganan konflik sosial. Dalam pandangan LSM Imparsial, seharusnya pelibatan TNI itu diatur dalam regulasi terpisah, misalnya UU tentang Perbantuan.
5. Ketentuan hukuman mati yang diatur dalam KUHP. Walau mengapresiasi pembahasan revisi KUHP di DPR karena memasukkan hukuman mati dalam hukuman alternatif, tapi Imparsial mengusulkan agar pemerintah melakukan moratorium eksekusi terpidana mati. Sejak tahun 1960 sampai awal reformasi jumlah terpidana mati yang dieksekusi berjumlah 84 orang. Tapi sejak reformasi sampai Mei 2018 tercatat ada 303 vonis mati yang diputus di berbagai tingkat pengadilan.
6. Surat Keputusan Bersama (SKB) Tiga Menteri (Jaksa Agung, Menteri Agama, dan Menteri Dalam Negeri) yang diterbitkan tahun 2008 tentang pelarangan Ahmadiyah di Indonesia. Husein menyebut pada intinya peraturan itu sangat mendiskriminasi Jemaat Ahmadiyah Indonesia.
7. Peraturan Daerah (Perda) yang diskriminatif, misalnya pelaksanaan Qanun Jinayat di Aceh yang menerapkan hukuman cambuk bagi para pelaku pelanggaran hukum syariah di Aceh.

Di level kebebasan media, kita juga masih temui serangkaian pelanggaran dalam bentuk pembatasan penyampaian informasi oleh aparat negara—atas nama kepentingan politik nasional atau kepentingan elite politik tertentu—yang menjadi indikasi bahwa relasi politik media dan negara masih bersifat probelematis. Fenomena pembatasan informasi negara atas media ini khususnya banyak terjadi di daerah-daerah. Sebut saja pembredelan terselubung surat kabar *Mingguan Tifa* oleh Komando Daerah Militer, dengan melarang beberapa percetakan di Papua untuk menerbitkan dan mengedarkan surat kabar tersebut. Alasan pembredelan itu diduga karena *Mungguna Tifa* dianggap sebagai corong perjuangan kelompok Organisasi Papua Merdeka (OPM), karena seringnya menampilkan hasil wawancara dengan Theys H. Eluai, pemimpin organisasi tersebut (Wahyuni, 2000: 111).

Aspek lain adalah konsentrasi kepemilikan media massa di Indonesia era reformasi yang mengakibatkan struktur pasar media massa Indonesia memiliki bentuk kuasa kepemilikan perusahaan dalam tangan golongan kecil, yaitu kondisi yang hanya terdapat sejumlah perusahaan besar dalam industri media massa dengan kandungan yang berbeda. Di Indonesia, perusahaan pers besar tersebut antara lain Group Media Nusantara Citra (MNC), Group Media Indonesia, Jawa Pos, Kompas Gramedia Group, Femina Group, dan Tempo Inti Media Group. Dalam pasar oligopoly-monopolistik, tindakan yang dilakukan oleh salah satu aktor atau pelaku pasar akan memengaruhi tindakan aktor/pelaku lainnya, baik dalam polisi maupun faktor lain. Selain itu, apabila ada penggiat baru yang hendak memasuki pasar, maka akan sukar untuk memasuki pasar tersebut apabila tidak memiliki kemampuan atau kekuatan yang sama dengan peneraju yang telah ada sebelumnya yang telah memiliki teknologi dan pengalaman yang lebih kuat, kerana persaingan yang terjadi tidak hanya persaingan kandungan media dan jenis program tapi juga persaingan infrastruktur dan teknologi. Susahnya memasuki pasar tersebut mengakibatkan *merger* atau menggabungkan perusahaan akan semakin memusatkan pada penerajupasar yang kuat (Chesney, 1998).

**TABEL 20. Unsur yang Menentukan Operasional dan Tujuan Media di Suatu Negara**



Sumber: Denis McQuail (1987).

Bagi para pengusaha dan pengelola media, media (khususnya kalangan wartawan) merupakan sarana bisnis. Sedangkan bagi para komunikator massa, khususnya, kalangan wartawan dan pekerja media lainnya yang diutamakan adalah kepentingan aktualisasi dan kepuasan profesionalnya. Namun, bagi kalangan tertentu, seperti para tokoh pemuka pendapat (*opinion leader*), media merupakan infrastruktur kekuatan politik (*power*). Adapun kebijakan-kebijakan perundang-undangan, peraturan, dan lain-lain, merupakan refleksi dari keterlibatan kelas dominan (*dominant class*). Di pihak lain, masyarakat umum (*subordinate class*) berfungsi sebagai alat kontrol sosial dan agen perubahan (Syam, 2006: 73-74).

Dapat disimpulkan, bahwa politik media era Reformasi tak bisa dilepaskan dari sistem politik dan watak rezim yang berkuasa. Pasalnya, media merupakan salah satu institusi yang merupakan bagian atau sub sistem dari sistem politik, dimana dalam konteks sistem politik, media harus tetap tunduk dibawah aturan regulasi negara (fungsi regulatif sistem politik). seperti dikatakan Gabriel Almond

dalam *Political Development* (1969), fungsi regulatif dalam konteks sistem politik terkait dengan kemampuan sistem politik dalam menyusun undang-undang, mengatur, serta mengawasi dan mengendalikan tingkah laku individu, kelompok, organisasi, perusahaan, dan seterusnya, sehingga berbagai kelompok yang diatur oleh negara tersebut dapat patuh dan taat (tunduk) kepada undang-undang yang berlaku (Mahrukh, 2014).

Senada dengan Almond, Denis McQuail dalam *Mass Communication Theory* (1987) juga menyatakan bahwa operasional dan tujuan media di suatu negara sangat dipengaruhi oleh beberapa pihak atau unsur. Sebagaimana terlihat pada tabel 20 di atas, kita bisa memahami deskripsi konseptual McQuail, bahwa sebagai bagian dari sistem kenegaraan, maka politik media adalah bagian integral dari politik negara, yang harus tunduk kepentingan nasional. Adapun rumusan tentang *national interest* barang tentu materi, orientasi, dan logikanya disusun dan ditafsirkan oleh para pembuat kebijakan negara (pemerintah, parlemen, dan para konsultan politik). Berbasis pemahaman McQuail inilah, maka wajah politik media—terkait mekanisme operasional media dalam menjalankan peran, fungsi, dan tujuannya—sangat bergantung pada regulasi seperti apa yang akan dibuat negara.

### **3. Politik Media Sebagai Jaringan Perilaku Para Aktor**

Dalam konsep ini, politik media terkait erat dengan media massa sebagai arena yang di dalamnya bertemu berbagai kepentingan aktor baik ekonomi dan politik. Menyebut beberapa diantaranya misalnya penyelenggara media penyiaran, percetakan, aktor dari sistem intermedial (kelompok agama, perserikatan, dan asosiasi-asosiasi dalam masyarakat). Aktor-aktor yang relevan dari jaringan kerja yang sama akan berusaha sekuat tenaga untuk mempengaruhi dan menggoalkan wacana utama yang mampu mewakili kepentingan mereka.

Secara umum, politik media dalam konteks ini dipahami sebagai jaringan hubungan antara aktor politik ataupun ekonomi, yang berkepentingan terhadap proses pengembangan wacana dalam sebuah tema tertentu. Artinya masing-masing aktor akan terkait dalam sebuah korporasi tindakan yang relevan satu dengan yang lainnya. Kekuatan dan popularitas media tentu menjadi sarana strategis yang digunakan para aktor politik, baik untuk melakukan persuasi politik, sosialisasi politik, maupun propaganda politik.

Berbagai kelompok politik, terutama partai politik, kelompok-kelompok politik, dan berbagai entitas di masyarakat yang bersentuhan dengan pemerintah



dan kekuasaan negara, berupaya memanfaatkan media sebagai basis dukungan politik konstituen atau khalayak politik. Kelompok-kelompok politik yang tersebar dalam infrastruktur politik ini menggalang opini untuk mengonstruksi, mengeksplorasi, dan mengeksploitasi pesan/informasi dalam kompetisi politik. Media dalam jaringan resmi kelompok politik tidak berdiri sendiri dalam mengonstruksi, mengeksplorasi, dan mengeksploitasi pesan/informasi untuk kepentingan kelompok, sebab saat ini muncul sedemikian banyak media massa, khususnya media sosial yang bersumber dari para pendukung dan simpatisan (konstituen) yang menyebarkan berbagai bentuk berita, pesan, informasi (baik dalam bentuk tulisan, gambar, *meme*, dan sebagainya) yang tidak sejalan dengan sikap resmi lembaga ataupun kelompok politik tertentu (Susanto, 2017: 381).

Dalam konteks media sosial, jaringan aktor politik saat ini faktual memanfaatkan isi pesan media sosial yang tersebar luas, bebas, dan mudah diakses, seolah-olah menafikan keberadaan media massa utama sebagai sumber berita yang relatif lebih faktual. Media sosial dalam lingkup media baru (melalui jejaring sosial seperti blog, twitter, facebook, instagram, podcast) memiliki sifat yang lebih fleksibel. Media baru merupakan media yang menawarkan digitilisasi, konvergensi, interaktif, dan pengembangan jaringan dalam pembuatan pesan dan penyampaian pesan. Pengguna media baru memiliki kemampuan untuk menawarkan interaktifitas, memiliki pilihan informasi yang dibutuhkan, sekaligus mampu mengendalikan informasi yang dihasilkan sesuai dengan isu yang diinginkannya. Media baru yang berkembang pesat memiliki salah satu kekuatan yaitu kemampuan menawarkan relasi interaktif dalam konteks jejeraing para aktor atau komunikator politik (Flew, 2002: 11-22).

Dalam kaitannya dengan peran aktor, media sosial semakin digemari dan memiliki pengguna yang semakin kuat, faktual telah meminggirkan media massa *mainstream* dalam arena penyebaran informasi yang berhubungan dengan politik dan kekuasaan negara. Data Serikat Perusahaan Pers (SPS) menyebutkan, dalam 6 tahun terakhir terjadi penurunan oplah surat kabar nasional secara signifikan. Jumlah oplah pada 2011 masih berkisar 9 juta lebih, namun pada 2016 menyusut 11persen menjadi sekitar 8 juta (industri.bisnis.com, 2017). Media massa *mainstream* ataupun media massa konvensional menjadi kehilangan khalayak. Litbang Kompas menunjukkan data, selama November 2014 sampai dengan Oktober 2015, percakapan negatif di media sosial dalam kisaran 61 persen sedangkan percakapan positif hanya 39 persen (Litbang Kompas, 2015).

**TABEL 21. Statifikasi Politik dan Penggunaan Media Sosial**

No	Stratifikasi Politik	Kecenderungan Posisi di Media Sosial	Kepentingan Politik
1	<i>Proximate decision maker</i>	Sumber Informasi dan pemasok pesan politik	Mempertahankan atau memburu jabatan publik
2	<i>Influential</i>	Sumber Informasi dan memasok pesan politik	Memburu jabatan politik, Memposisikan sebagai elite pengganti
3	<i>Activist</i>	Sumber Informasi, pengorganisasi pesan politik	Memburu jabatan politik, mengkritisi pesaing politik
4	<i>Attentive Public,</i>	Penerima Informasi, Sumber informasi, pengelola informasi, pengorganisasi pesan	Mengkritisi perilaku politik, memberikan wawasan politik ideal
5	<i>Voters</i>	Penerima Informasi, Meneruskan informasi	Menguatkan dukungan dalam persaingan politik
6	<i>Non-participant</i>	Penerima informasi, Pengabaian Informasi	Skeptis, apatis, tidak peduli terhadap informasi politik

Sumber: Susanto (2017). hlm. 394.

Mengutip pendapat Janet Fulk dan Gerardine DeSanctis dalam *Shaping Organization Form Communication, Connection, and Community* (1999), bahwa pencapaian tujuan dalam perpektif komunikasi politik yang integratif tentu membutuhkan jaringan komunikasi politik yang relatif terpola yang mampu mempermudah kerja para aktor. Jaringan komunikasi berkembang pesat dan mengalami perubahan karena didukung oleh pengintegrasian komputer dan teknologi komunikasi untuk mendukung proses sosial, budaya dan ekonomi dalam suatu sistem kolektif. Sementara menurut Gonzalez dan Wang dalam *The Anatomy of Protest Campaigns In Social Media* (2016: 96), jaringan komunikasi yang integratif telah berhasil menawarkan satu jalan untuk saling bergantung, menciptakan ikatan di antara setiap individu, serta kecepatan komunikasi dalam membangun pemahaman bersama untuk melakukan tindakan kolektif (Susanto, 2017: 383-384).

Di sisi lain, Hernando Gonzales berpendapat bahwa jaringan komunikasi merupakan komunikasi yang melibatkan pemuka-pemuka opini dan pengikut yang saling memiliki hubungan komunikasi pada suatu topik tertentu, terjadi dalam suatu sistem sosial tertentu. Etintas politik memanfaatkan jaringan komunikasi untuk kepentingan komunikasi politik, yang secara sederhana diartikan proses produksi, diseminasi dan persepsi informasi politik untuk mencapai tujuan dan tindakan politik tertentu. Komunikasi politik menjadi alat untuk memastikan bahwa proses persiapan dan pelaksanaan keputusan

politik merupakan hasil kerjasama antara komunikator dan komunikan selama berlangsungnya komunikasi politik (Susanto, 2017:384).

Pipa Norris dalam *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies* (2000: 163) menyebut bahwa komunikasi politik adalah sebuah proses interaktif mengenai transmisi informasi kalangan politisi, media pemberitaan dan publik. Komunikasi dalam konteks kekinian mengharuskan untuk memperhatikan keberagaman dan mendengarkan apa yang disuarakan masyarakat dalam pemerintahan yang demokratis, sehingga masyarakat dapat menghindari suara ketidakpastian. Seperti dikatakan Rush dan Althoff (2008), komunikasi politik adalah transmisi informasi yang secara politis beroperasi dari satu bagian sistem politik kepada bagian sistem politik lainnya; dan antara sistem sosial dan sistem politik terdapat unsur dinamis dari suatu sistem politik. Esensial jaringan komunikasi politik yang dilakukan para aktor dengan demikian merupakan keterkaitan dan hubungan dalam komunikasi yang berisi pesan politik diantara anggotanya yang memiliki tujuan-tujuan politik (Susanto, 2017: 384).

Studi jaringan komunikasi telah berhasil menggambarkan relasi aktor (individu, lembaga, perusahaan, negara, dan sebagainya) yang berinteraksi satu dengan lainnya melalui penggunaan jaringan komunikasi dalam struktur sosial tertentu. Setidaknya, terdapat dua fokus utama dari teori jaringan komunikasi. Pertama, aktor di mana jaringan komunikasi melihat fenomena dari sisi mikro, bukan makro. Kedua, relasi yakni bagaimana aktor-aktor itu berinteraksi satu sama lain. Teori jaringan aktor juga mencoba memahami bagaimana membentuk jaringan aktor, dimana gagasan aktor lebih heterogen, tidak dibatasi hanya individu manusia, melainkan dapat meliputi kolektivitas manusia (kelompok, organisasi), non-manusia (hewan, mesin, tanaman, dokumen), hingga hal yang tidak berwujud seperti lembaga, ide (Oktavianti, 2016).

Aktor melakukan aksi atau tindakan (*action*) karena adanya agensi (*agency*) dan aktan (*actant*). Kehidupan satu orang akan mempengaruhi orang lain baik termediasi oleh aktan ataupun agensi. Perantara dan mediator diperankan oleh agensi ataupun aktan. Perantara adalah segala sesuatu yang lewat dari, dan berdiri antara satu aktor ke yang lain. Misalnya sebuah artefak (seperti item teknologi), teks (dokumen atau pidato), uang, atau seseorang. Ini semua adalah aktor tetapi, jika mereka diidentifikasi sebagai perantara, itu berarti mereka tidak menerjemahkan sehingga mereka pasif dan dapat diprediksi. Sedangkan mediator adalah jenis yang sama dari aktor sebagai perantara, hanya saja

mereka bertindak dengan cara yang berbeda. Jadi seorang aktor bisa menjadi perantara dalam satu jaringan, waktu dan tempat, dan sekaligus bertindak sebagai mediator/penyelia (Oktavianti, 2016).

**TABEL 22. Tahap Perilaku Aktor dalam Jaringan Komunikasi**

Tahap Perilaku	Deskripsi
Probelmatization	Aktor menyatakan bahwa ia membagi persoalan umum dengan aliansia potensial ( <i>potential allies</i> )
Intersentmen	Aktor fokal menyakinkan aliansi dengan sumber daya lainnya yang diperlukan untuk menemukan solusi
Enrollment	Aliansi ( <i>allies</i> ) baik manusia, kelompok manusia, dan non-manusia bergabung dengan jaringan melalui translasi
Mobilization	Aktor yang diterima ( <i>enrolled</i> ) sebelumnya, memobilisasi sumber daya untuk memecahkan masalah
Inscription	Aktor dalam sebuah jaringan menanam kisah/narasi ( <i>script</i> ) untuk tindakan ( <i>action</i> ) dan perilaku dimas depan dalam jaringan

Sumber: Arindita (2019). hlm. 217.

## C. PERAN MEDIA DALAM PENINGKATAN KUALITAS DEMOKRASI

### 1. Menimbang Eksistensi dan Orientasi Media

Jangan pernah lelah untuk selalu berikhtiar meningkatkan kualitas demokrasi. Sebab, modal utama yang harus terus dijaga adalah kebebasan. Tentu saja kebebasan yang tidak merampas *free will* orang lain. Kebebasan yang dibingkai oleh keadaban publik, yang mampu mewujudkan keadilan sosial; bukan kebebasan yang mengumbar kebencian dan permusuhan (Basri, 2017).

Perjuangan media untuk independen dalam menyebarkan informasi tidak pernah mudah, dan tidak juga bebas nilai. Media sangat boleh untuk mengambil nilai-nilai yang dipercayainya, tapi tetap harus mengikuti koridor aturan baku dalam jurnalisme, ada etika, ada kewajiban untuk hanya menyiarkan informasi dengan data yang akurat dan dapat diverifikasi juga seimbang. Publik mesti memahamai, bahwa media tidak bergerak sendiri sebagai sebuah institusi; sebagai bagian integral dari kehidupan politik negara. Ada banyak kepentingan yang bermain dalam industri media massa. Berbagai kepentingan dalam industri media (bisa pemerintah, elite politik, partai atau kelompok lain) yang kemudian mengintervensi pemberitaan media untuk memenuhi kepentingan atau tidak melanggar kepentingan tertentu.

Sebagai khalayak media, apakah kita sebagai pembaca atau pemirsa berita pernah bertanya bagaimana sebuah berita bisa menjadi *headline* sementara yang lain tidak? Siapa yang menentukan berita ini penting atau tidak? Siapa yang menentukan penempatan posisi berita dalam sebuah majalah cetak maupun udara? Atas dasar apa itu dilakukan?

Dalam ikhtiar mewujudkan media sebagai penyokong utama demokrasi, tidaklah berlebihan jika kita coba menempatkan media sebagai semacam titik temu dari berbagai kepentingan, baik yang menginginkan demokrasi tumbuh sehat di dalam sendi-sendi kehidupan masyarakat modern maupun kelompok anti demokrasi. Karenanya, tingkat kerumitan dalam konteks peningkatan kualitas demokrasi menjadi persoalan tersendiri saat kita mendudukan media massa sebagai aktor utama. Seperti dikatakan Makato Koike dalam *Globalizing Media and Local Society in Indonesia* (2002: 13-14), hubungan antara pemerintah, media dan politik serta relasi media dengan masalah globalisasi dan lokalitas menjadi hal yang kontroversial dalam kajian media umumnya.

Seiring dinamika perkembangan media yang menggeliat sejak empat dekade lalu telah berperan cukup intens dalam arena sensitif di lingkungan publik, demokratisasi politik telah diakui sebagai buah dari demokratisasi media. Seperti dikatakan Robert McChesney dalam *Liberalism and the Media* (2017), bahwa untuk merespon isu konsentrasi, konglomerasi dan transnasionalisasi media, hal terpenting adalah bagaimana media di kontrol, distrukturisasi, dan disubsidi seharusnya menjadi topik utama dalam perdebatan demokrasi.

Melalui media, informasi, pandangan, gagasan dan wacana saling dipertukarkan –dan kemajuan masyarakat juga tercermin di dalamnya. Dalam masyarakat modern, media tertanam secara mendalam di dalam kehidupan sosial: tidak ada perkara sosial yang tidak melibatkan media. Salah satu teori ternama tentang peran media dalam demokrasi adalah teori Jurgen Habermas (1997) tentang ruang publik (*public sphere*). Sebagai bagian penting dari ruang sosial (*social space*), ruang publik adalah arena perbincangan dan artikulasi politik masyarakat sipil, sebuah ruang yang mediasi, dimana diskusi terbuka mengenai berbagai masalah publik dapat dilakukan dengan bebas. Melalui ruang publik dan kanal-kanal media, apa yang terjadi dalam lingkup lokal, nasional, dan global dapat dengan cepat diakses dan dikonsumsi publik; begitu pula sebaliknya, apa informasi sensitif di tingkat global (seperti gelombang demokrasi yang gerakannya terus meluas di berbagai negara) kini dapat disaksikan jutaan khalayak Indonesia.

Habermas menekankan pentingnya ketersediaan kanal-kanal 'komunikasi yang tidak terdistorsi, yang adalah sarana utama pembebasan bagi partisipasi di dalam ranah publik—tempat di mana individu-individu dapat berinteraksi dengan masyarakat luas. Sulit dipungkiri, bahwa penyediaan kanal yang objektif dan imparial akan membantu kelompok minoritas untuk terlibat jauh lebih aktif. Dengan kata lain, komunikasi yang terbebas dari terdistorsi akan memberdayakan kelompok minoritas dalam menuntut posisi setara; pun menuntut hak yang setara (CIPG, 2015: 2).

Merujuk konsep Habermas, ranah publik yang ideal seharusnya tidak terinstitusionalisasi, harus dapat diakses oleh siapa pun juga, serta memiliki kewenangan yang tidak bisa diganggu gugat; dalam hal ini dapat diklaim oleh negara atau pasar. Hal ini penting karena aneka klaim tersebut cenderung mengancam keseimbangan dan meminggirkan kepentingan, khususnya kelompok minoritas minoritas, ke sudut ranah publik. Lebih jauh lagi, ruang publik bukanlah satu kesatuan secara alamiah: tidak ada ranah publik tunggal, melainkan ruang publik yang plural. Pasalnya, ruang publik memcerminkan pluralitas masyarakat itu sendiri; maka secara kodrati, ruang publik yang sama juga seharusnya dapat mengakomodasi keragaman opini-opini dalam masyarakat (CIPG, 2015: 10).

Menurut Lippmann dalam *Public Opinion* (1922), salah satu masalah yang paling mendasar dari media dalam konteks demokrasi adalah implikasi samping (*side effect*) yang dihasilkan, bahwa media dan pemberitaan telah menjadi alat yang sangat kuat dalam menentukan opini publik melalui propaganda. Bagi Herman dan Chomsky (*Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, 1988), sebagai sebuah perantara antara ranah privat dan publik, media membentuk sebuah sarana ampuh untuk propaganda karena kemampuannya dalam mengatur opini publik. Meskipun fungsi media tidak hanya demi memproduksi propaganda, fungsi ini adalah aspek yang sangat penting dari seluruh layanan media. Seperti dikatakan Herman dan Chomsky (1988: xi):

“Kegunaan sosial media adalah untuk menanamkan dan mempertahankan agenda ekonomi, politik dan sosial dari kelompok-kelompok tertentu yang mendominasi masyarakat domestik dan negara. Media melayani tujuan ini dalam berbagai cara: melalui seleksi topik, penyebaran keprihatinan, pembingkaihan isu, penyaringan informasi, aksentuasi dan penekanan pada suatu berita, serta dengan menjaga agar perdebatan tetap terjadi dalam batasan yang dapat batas-batas yang diterima.”

Tampaknya bagi Herman dan Chomsky, media selalu berada dalam risiko untuk dimanipulasi dan digunakan oleh kelompok dominan yang memiliki kuasa atau relasi kuasa ketimbang kelompok lain yang ada dalam masyarakat. Manipulasi macam ini jelas-jelas membahayakan keseimbangan ranah publik. Sementara pihak yang lebih kuat mendapat banyak keuntungan, pihak yang lebih lemah kehilangan hak istimewanya sebagai kumpulan aktor aktif di ranah publik. Kepentingan masyarakat, terutama mereka yang dilemahkan dan terpinggirkan, dibiarkan begitu saja karena aspirasi utama manipulasi ini adalah untuk mempertahankan dominasi kekuasaan kelompok dominan dalam kehidupan masyarakat.

Dalam *Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium* (1999), Paul Levinson—melanjutkan argumen McLuhan (1964)—menekankan pentingnya publik untuk mengatur media dengan mendefinisikan kembali gagasan ‘medium sebagai pesan.’ Melalui gagasan McLuhan ini, Levinson berupaya mengangkat kembali peringatan McLuhan bahwa implikasi sosial dari media seharusnya dapat dikenali publik, bukan sekadar menafsirkan pesan dari tayangan atau tontonan yang ditampilkan-sajikan. Peringatan dan redefinisi Levinson ini penting tak hanya sebagai peringatan, namun untuk menelusuri keterkaitan antara media dan masyarakat karena khalayak cenderung berfokus pada konten (misalnya sinetron), sebaliknya relatif abai untuk memperhatikan elemen struktural yang melekat padanya (misalnya obsesi ilusif akan gaya hidup urban-sentris); yang sebenarnya justru membawa dampak besar di berbagai bidang kehidupan sosial, politis, ekonomi, maupun kebudayaan (CIPG, 2015: 15-16).

Dalam dunia pengelolaan media yang kian kapitalis saat ini, apa yang dikemukakan oleh McLuhan sangat mengena terutama jika kita memikirkan mengenai praktik media saat ini sebagai sebuah industri, maupun sebagai sebuah sektor dalam masyarakat. Saat perkembangan media telah mengubah masyarakat kita secara luar biasa menjadi sebuah masyarakat yang begitu haus-informasi. Akumulasi laba cenderung menjadi tujuan utama dari eksistensi media saat ini; ketimbang menyajikan konten berita yang mendidik dan menyadarkan. Apa yang dirujuk sebagai ‘konten yang memberadabkan’ adalah sekumpulan materi untuk membantu pendewasaan publik dan sarana refleksi mendalam mengenai keprihatinan dan wacana publik. Sebagai contoh; bahwa konten seharusnya mencerminkan keragaman masyarakat dan bahwa kelompok yang berbeda, rentan, dan minoritas berhak mendapatkan liputan yang adil dan gambaran yang akurat di dalam media. Namun mengingat akumulasi

laba telah mengubah media menjadi suatu kanal produksi masal, media pun juga kemudian dikendalikan oleh para pelaku dalam proses produksi tersebut. Castells (2010: 397) menggambarkan situasi itu dimana:

“Hanya kelompok-kelompok yang benar-benar kuat sebagai hasil persekutuan perusahaan-perusahaan media, para operator komunikasi, penyedia jasa internet dan perusahaan-perusahaan komputerlah yang akan memimpin sumber-sumber ekonomi dan politik yang diperlukan bagi difusi multimedia.”

Apa yang dinyatakan oleh Castells menggarisbawahi sebuah keprihatinan mendalam mengenai media sebagai sebuah perantara—yang menjanjikan untuk menjaga kepentingan masyarakat atau ‘mengeksplorasi kemungkinan (atau kemustahilan) akan hidup bersama.’ Akan tetapi, karena ada pergeseran pelaku di dalam ranah publik, dari warga ke segelintir kelompok kuat, keterlibatan aktif warga di dalam ruang publik kian terancam. Kondisi semacam ini tak ayal akan membuat khalayak semakin tidak berdaya; terutama bagi mereka yang memiliki pandangan berbeda, terpinggirkan, dan minoritas. Kelompok-kelompok ini kemungkinan akan sulit untuk merajut kehidupan bersama jika kita menimbang watak industri media yang cenderung memanjakanb ‘tirani mayoritas’—akibat kuatnya motif laba dan rating sebagai dasar dari operasionalisasi manajemen media massa—yang potensial akan bergerak ke arah perusakan karakter dan moral publik.

Setelah menyajikan beberapa argumen terkait peran media dalam kehidupan masyarakat, satu aspek kini menjadi jelas: bahwa kinerja media massa tidak hanya sepenuhnya ditentukan oleh kepentingan ekonomi dan motif bisnis semata, namun juga pada pengaruh politis dan motif kekuasaan. Maka, pemahaman ekonomi politik media penting demi mengungkap bagaimana kerja hubungan kekuasaan di dalam media dan bagaimana motif-motif ekonomi mengendalikan media. Pemahaman ini akan membantu mencegah media kehilangan fungsi sosial, dan tentu saja *raison d’être*-nya.

## **2. Cyberdemokrasi: Titik Temu Media dan Demokrasi**

Sebagian ahli sampai pada kesimpulan bahwa media baru (internet/daring) membawa dampak signifikan terhadap perkembangan demokrasi. Asumsinya, para teoretisi demokrasi selama ini percaya bahwa demokrasi dapat terus tumbuh dan terpelihara karena ada partisipasi politik aktif warga negara



yang peduli terhadap isu-isu kewargaan (*civic affairs*). Seperti disampaikan Towner dalam *All Political Participation is Socially Networked* (2013: 528), bahwa penggunaan media massa merupakan prediktor positif (*a positive predictor*) dari partisipasi politik, dan sebagaimana lanskap media telah berubah, media sosial (daring) telah memainkan peran yang semakin besar dalam kehidupan politik dan dinamika demokratisasi.

Para pengamat sosial era 1970-an menyorot peran media daring sebagai alat yang dapat membantu proses demokrasi dengan memberikan ekspos warga terhadap informasi politik dan menyediakan alat untuk partisipasi. Namun demikian, dalam pandangan Towner, hubungan antara penggunaan internet (media daring) dan tingkat partisipasi masih menjadi perdebatan dikalangan para ahli. Beberapa ahli berpendapat bahwa penggunaan media daring memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi, pengetahuan, dan keterlibatan politik warga (*knowledge and civic engagement*); sementara sebagian lain berpandangan bahwa penggunaan media daring tidak memberi pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik warga (Towner, 2013: 528).

Gagasan Towner sejalan dengan konsep *Cyberdemokrasi* dari John Hartley *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts*, 2002). *Cyberdemokrasi* adalah sebuah konsep yang melihat internet (media daring) sebagai teknologi yang memiliki pengaruh sosial transformatif dan memperluas partisipasi politik publik pada demokrasi. Menurut Hartley, *Cyberdemokrasi* adalah konsep optimis yang muncul sejak awal-awal kehadiran internet. Asal mula konsep ini berkaitan dengan konsep '*electronic democracy*'. Robert Paul Wolf dalam *In Defense of Anarchism* (1970) menegaskan bahwa hambatan untuk demokrasi langsung dapat diatasi melalui *Cyberdemokrasi*, dimana mesin pemungutan suara dapat dibentuk secara elektronik di setiap rumah dan melekat pada televisi (Alatas, 2014: 5).

Sebagai konsep yang memadukan antara unsur '*cyberspace*' dan unsur '*democracy*', *cyberdemokrasi* mengandalkan sebagian besar pada prinsip-prinsip akses dan pertukaran informasi yang bebas. Media baru, dengan karakteristiknya yang mudah diakses dan partisipatif, menjadi ruang demokrasi baru yang ideal di mana orang dapat berkomunikasi secara bebas dan berpartisipasi dalam forum yang dibangun untuk pengambilan keputusan kolektif. Ruang baru bernama *cyberdemokrasi* juga dianggap telah berhasil mendorong pengadopsian teknologi digital sekaligus mendorong terjadinya etos pertukaran bebas informasi, yang akan memudahkan orang untuk mengakses informasi,

berpartisipasi dalam berdialog dalam isu-isu politik dan kewargaan serta mendorong terjadinya demokratisasi warga di ruang digital (Alatas, 2014: 6).

Para pendukung *cyberdemokrasi* melihat Internet sebagai sarana untuk menyediakan kontrol konstituen yang lebih besar atas wakil-wakil mereka. Bagi Barry Hague dan Brian Loader dalam *Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age* (1999), ada dua hal yang menjadi justifikasi utama untuk meninjau kembali praktek demokrasi di era informasi. Pertama, menyangkut persepsi yang berkembang bahwa lembaga-lembaga politik saat ini, aktor maupun praktek mapan demokrasi liberal berada dalam kondisi lemah dan diselenggarakan dengan cara yang buruk. Kedua, berkaitan dengan keyakinan bahwa periode perubahan sosial, ekonomi, dan politik yang cepat menandakan kemunculan abad informasi, memberi ruang baru untuk memikirkan kembali dan, jika perlu, secara radikal merombak atau mengganti lembaga-lembaga demokrasi konvensional; baik aktor maupun praktek demokrasi yang berlaku.

Dalam konteks inilah kita melihat bawa gagasan *cyberdemokrasi* menjadi hal penting dan menjadi lahan kajian baru yang menarik saat ini. Model demokrasi representatif yang menjadi ciri demokrasi abad ke-19, praktis telah mulai kehilangan daya tarik dan pesonanya. Antony Giddens, dalam *Runway World: How Globalization is Reshaping Our Lives* (2003), menyebut fenomena ini sebagai 'paradoks demokrasi.' Paradoks demokrasi, bagi Giddens adalah situasi ketika sebuah negara telah mengalami proses demokratisasi, yang demokrasinya telah matang dan mapan, namun munculkan kekecewaan dan ketidakpuasan luas publik atas praktik demokrasi. Paradoks demokrasi ini, ditandai dengan semakin merosotnya kepercayaan publik pada partai politik dan para elite-nya. Sebagian besar warga masyarakat memandang sinis praktik demokrasi, dan menganggap politik sebagai sesuatu yang korup dimana pemimpin politik lebih mementingkan dirinya sendiri ketimbang benar-benar mementingkan kepentingan warganya (Alatas, 2014: 6).

### **3. Media dan Peningkatan Kualitas Demokrasi**

Peran media massa dalam kehidupan sosial, terutama dalam konteks kehidupan politik dan demokrasi telah memainkan peranan yang begitu penting. Menurut McQuail dalam *Mass Communication Theories* (2000: 66), terdapat enam perspektif dalam hal melihat peran media:

1. Melihat media massa sebagai *window on event and experience*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa

yang sedang terjadi di luar sana. Atau media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.

2. Media juga sering dianggap sebagai *a mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection*. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya. Karenanya para pengelola media sering merasa tidak 'bersalah' jika isi media penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi dan berbagai keburukan lain, karena memang menurut mereka faktanya demikian, media hanya sebagai refleksi fakta, terlepas dari suka atau tidak suka. Padahal sesungguhnya, *angle*, arah dan framing dari isi yang dianggap sebagai cermin realitas tersebut diputuskan oleh para profesional media, dan khalayak tidak sepenuhnya bebas untuk mengetahui apa yang mereka inginkan.
3. Memandang media massa sebagai filter, atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih isu, informasi atau bentuk content yang lain berdasar standar para pengelolanya. Disini khalayak 'dipilihkan' oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui dan mendapat perhatian.
4. Media massa seringkali pula dipandang sebagai *guide*, penunjuk jalan atau interpreter, yang mampu menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam.
5. Melihat media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik.
6. Media massa sebagai *interlocutor*, yang tidak hanya sekadar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Kriteria di atas ingin menunjukkan, bahwa peran media dalam kehidupan sosial politik bukan sekedar sarana *diversion*, pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi isi dan informasi yang disajikan memiliki peran yang signifikan dalam proses kehidupan politik. Isi media massa merupakan konsumsi otak bagi khalayaknya, sehingga apa yang ada di media massa akan memengaruhi realitas subjektif pelaku interaksi sosial. Gambaran tentang realitas yang dibentuk oleh isi media massa inilah yang nantinya mendasari respon dan sikap khalayak terhadap berbagai objek sosial. Informasi yang salah dari media massa akan memunculkan gambaran yang salah pula terhadap objek sosial itu. Karenanya

media massa dituntut menyampaikan informasi secara akurat, cepat, tepat, dan berkualitas. Kualitas informasi inilah yang merupakan tuntutan etis dan moral penyajian media massa.

Guna menjaga kualitas demokrasi dalam konteks media, maka beberapa isu berikut agaknya penting untuk dikemukakan, mengingat begitu banyak paradoks demokrasi (seperti dikemukakan Giddens) yang berdampak terhadap ekistensi media, seperti isu tantangan demokrasi kontemporer, independensi dan otonomi media, perlindungan media dan pekerja media, partisipasi politik warga negara yang berubah, dan hak warga negara untuk bermedia.

### ● **Tantangan Demokrasi Kontemporer**

Menurut Robert Dahl dalam *On Democracy* (1998), tantangan terbesar terhadap demokrasi yang bermutu tinggi di masyarakat modern terdiri atas pembagian sumber daya politik yang tidak merata. Secara ideal setiap warga negara memiliki kemampuan yang sama untuk menentukan kebijakan-kebijakan penting yang diambil negaranya. Setidaknya, menurut Dahl, jika demokrasi dimaknai sebagai *political equality*, kesetaraan politik antara semua warga negara. Sayangnya, cita-cita itu sulit diwujudkan di masyarakat-masyarakat ekonomi bersistem kapitalisme pasar (*capitalist market economies*), baik yang maju seperti Amerika Serikat maupun yang sedang berkembang seperti Indonesia (Liddle, 2012: 7). Menurut Bill Liddle, Dahl dengan cerdas meringkas lima kesimpulan terkait tantangan demokrasi kontemporer (Liddle, 2012: 7-11):

1. Sepanjang sejarah modern, demokrasi hanya bertahan di negara-negara dengan ekonomi kapitalis pasar serta belum pernah bertahan di negara-negara dengan ekonomi non-pasar, atau di negara-negara yang menganut sistem ekonomi campuran.
2. Kegagalan demokrasi di negara-negara yang menganut ekonomi non-pasar tidak hanya disebabkan oleh faktor efisiensi dan efektivitas, namun diakibatkan oleh sebagian besar sumber daya ekonomi terpusat di tangan negara dan kelompok kapitalis. Monopoli itu lalu digunakan penguasa untuk membangun atau mempertahankan negara otoriter. Sementara sentralisasi sumber daya ekonomi di tangan kelompok kapitalis digunakan untuk mendukung otoriterisme negara (termasuk monopoli elite dalam industri pers dan penyiaran).
3. Demokrasi dan kapitalisme pasar tumbuh telah menciptakan banyak kelompok kepentingan baru, termasuk serikat buruh dan pekerja media

yang menuntut peran negara dalam kebebasan politik, yakni intervensi dan regulasi dari negara terkait kebebasan berekspresi.

4. Potensi demokrasi yang berlaku di sebuah negara dibatasi oleh kepentingan kapitalisme pasar yang menciptakan beberapa ketidaksamaan dalam distribusi atau alokasi sumber daya politik pada kelompok-kelompok warga negara. Dalam demokrasi modern berwatak kapitalisme pasar, problem demokrasi terkait langsung dengan isu kekayaan, pendapatan, status, prestise, serta penguasaan pada lembaga informasi dan komunikasi, organisasi media, organ-organ masyarakat sipil, serta lembaga-lembaga pendidikan, pengetahuan, dan keterampilan.
5. Dahl membangun sebuah teka-teki (atau setidaknya asumsi): Apakah perkawinan antara demokrasi dan kapitalisme pasar bisa dijadikan lebih bersahabat (*favorable*) bagi pendalaman dan peningkatan mutu demokrasi. Sebab, selama abad ke-20, hubungan itu menjadi tantangan yang paling krusial, dan karenanya tantangan itu pasti akan berlanjut pada abad ke-21.

### ● **Independensi dan Otonomi Media**

Independensi dan otonomi media adalah sebuah konsep yang sangat rumit. Per definisi, independensi (independen) adalah 'yang berdiri sendiri,' yang berjiwa bebas,' atau 'tidak terikat' ([kbbi.kemdikbud.go.id/entri/independen](http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/independen)). Sementara otonomi (otonom) adalah 'berdiri sendiri' atau 'kelompok sosial yang memiliki hak dan kekuasaan menentukan arah tindakannya sendiri.' ([kbbi.kemdikbud.go.id/entri/otonom](http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/otonom)). Menurut Robert Meadow dalam *Political Communication Research in the 1980s* (1980), akan sangat sulit menemukan dan menentukan sebuah objektivitas dalam pemberitaan kepentingan-kepentingan tertentu. Sebuah berita tidak mungkin menyajikan seluruh fakta sosial di halaman media cetak (atau durasi waktu di televisi atau radio) yang terbatas secara utuh; dan karenanya akan ada proses seleksi dan editing terhadap fakta-fakta yang akan disajikan. Dengan kata lain, media tidak akan memuat seluruh peristiwa berita secara utuh yang akan dijadikan berita.

Berita politik adalah satu jenis informasi atau pesan yang bisa dikatakan menjadi isu penting yang tak hanya dapat menjangkau oleh berbagai lapisan khalayak, namun juga penting untuk diakses dan dibaca oleh para pembaca berita, terutama berita-berita politik yang tersebar luas di jejaring media sosial. Bisa dikatakan, setidaknya ada dua faktor yang menyebabkan kenapa berita atau politik menjadi penting untuk dibaca dan diakses luas oleh publik

Faktor pertama adalah saat ini politik berada di era mediasi (*politics in the age of mediation*), yakni media massa, sehingga hampir mustahil kehidupan politik dipisahkan dari media massa. Oleh karena itu yang terjadi adalah para tokoh politik senantiasa berusaha menarik perhatian wartawan dan awak media agar meliput kegiatan politik yang mereka lakukan. Faktor kedua, peristiwa politik dalam bentuk tingkah laku dan pernyataan para aktor politik lazimnya selalu memiliki nilai berita sekalipun peristiwa politik itu bersifat rutin belaka, seperti rapat partai atau pertemuan seorang tokoh politik dengan para pendukungnya (Ibnu Hamad: 2004). Secara umum independensi adalah ide bahwa wartawan harus bebas dari bentuk campur tangan apapun ketika menjalankan tugas profesionalnya (Hajat, 2016: 6).

Faktor kedua, di berbagai negara, termasuk di Indonesia, para pemilik industri dan pengelola bisnis media yang terbesar (umumnya pemilik stasiun televisi dan radio terkemuka) adalah pemerintah sendiri. Upaya yang perlu dijalankan untuk memperkuat independensi media dengan cara menjadikan media milik pemerintah atau yang dikendalikan oleh pemerintah milik swasta. Menurut William L. Rivers dalam *Media Massa dan Masyarakat Modern* (2008), tidak ada media yang netral karena pers (media massa) akan selalu berpihak terutama pada kepentingan pemiliknya. Rivers juga mengatakan bahwa kebebasan pers yang berlaku di dunia adalah kebebasan pemilik pers (*freedom for media owner*) (Hajat, 2016: 6-7):

“Pemilik media masih bisa menempatkan berita yang penting untuknya—meskipun tidak terlalu penting untuk umum—di halaman pertama atau pada jam tayang utama (*prime time*). Sebaliknya berita tertentu bisa saja ditahan atau batal dimuat. Hal ini membuktikan, pemilik masih berkuasa (sepenuhnya).”

Dengan demikian independensi jurnalis atau wartawan akan terpasung oleh kepentingan pemilik atau pemodal, yaitu dengan menyelaraskan konten pemberitaan dengan visi, misi dan kebijakan redaksi tempat jurnalis bekerja.

Faktor ketiga, independen atau tidaknya media juga dapat dilihat dari berpihaknya sebuah pemberitaan media terhadap satu kekuatan politik tertentu. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa jika media membuat wacana yang berisi pembelaan terhadap sebuah kekuatan politik (partai politik) maka dapat dikatakan bahwa media tersebut memiliki tujuan politik dan ideologis dibalik berita yang dibuat. Jika sebuah media lebih mengutamakan peristiwa

yang menonjol (kontroversial) dari sebuah partai politik tanpa pembelaan ideologis terhadap kekuatan politik berarti media lebih berorientasi pada pasar atau keuntungan ideologis. Jika media menyampaikan berita tanpa ada pretensi ideologis dan ekonomis, maka dapat dikatakan media tersebut berada pada posisi media yang idealis dan independen. Ketika media mendukung salah satu kandidat atau partai (*media endorsement*). Terlepas dari keadaan ideal tersebut, liputan-liputan politik di media akan menjadi cenderung bias, subyektif dan partisan, alih-alih obyektif atau tidak berpihak. Bias muncul karena realitas sebenarnya ditampilkan menjadi realitas media yang telah dikonstruksi oleh jurnalis saat membuat berita (Hamad: 2004).

Faktor keempat, jika kita mencermati lebih dalam mengenai kinerja sektor media, terungkap bahwa esensi media yang paling dasar terancam baik oleh kepentingan ekonomi maupun politik dari kelompok tertentu. Kondisi ini mengubah media menjadi alat untuk “merekayasa kesadaran”. Temuan-temuan ini sejalan dengan argumen Herman dan Chomsky (1988) bahwa kepentingan ekonomi dan politik sepertinya cenderung diprioritaskan ketimbang fungsi sosial dan publik. Sebagai sumber pesan utama yang mampu menjangkau dan mempengaruhi pikiran banyak orang, media memiliki kapasitas luar biasa untuk menentukan proses pembentukan nilai-nilai tertentu di dalam masyarakat. Dalam pemahaman Castells (2009), sebagaimana nilai adalah sebuah ekspresi kekuasaan, maka media juga sesungguhnya memegang kuasa untuk menentukan apa yang dianggap (ber)nilai dalam kehidupan politik. Seperti dikatakan Castells (2009: 194):

“Aneka pesan, organisasi, maupun para pemimpin yang tidak menunjukkan keberadaannya di media sama sekali tidak ada dalam benak publik. Oleh sebab itu, hanya mereka yang mampu meyakinkan warga akan pesan-pesannya-lah yang memiliki peluang mempengaruhi keputusan. Keputusan itu adalah cara yang akan membawa mereka kepada akses terhadap posisi kekuasaan dalam negara dan/atau mempertahankan kuasanya atas lembaga-lembaga politis.”

## ● **Perlindungan Media dan Pekerja Media**

Perlindungan media dan para pekerjanya dalam upaya menjalankan tugas jurnalistik menjadi hal paling krusial dalam perjalanan demokrasi kontemporer. Sebagaimana kita ketahui, bahwa regulasi media adalah semacam kontrol dan pembinaan media massa yang dilakukan oleh banyak negara demokrasi

di dunia, termasuk di Indonesia. Regulasi media umumnya ditujukan untuk mengatur berbagai aspek, seperti mekanisme, prosedur, dan program untuk mencapai berbagai macam tujuan, misalnya dalam hal intervensi dalam melindungi kepentingan umum yang dinyatakan di dalam regulasi media, serta mendorong persaingan dan pasar media yang efektif, atau menetapkan standar teknis umum ([id.wikipedia.org/wiki/Regulasi\\_media](http://id.wikipedia.org/wiki/Regulasi_media)).

Sasaran utama dari regulasi media ini adalah pers, radio, dan televisi, tetapi juga dapat mencakup film, musik rekaman, telegram, satelit, penyimpanan dan teknologi distribusi (disk, kaset, dan sebagainya), internet, ponsel, dan seterusnya. Regulasi media merupakan perangkat media massa yang memiliki peraturan, dimana semuanya diatur oleh pemerintah dan beberapa badan yang membawahi media massa, peraturan diatur dalam hukum dan aturan yang sesuai dengan prosedur. Regulasi Media adalah aturan-aturan dan kebijakan yang berkaitan dengan yang mengatur hubungan dan operasional media massa, regulasi sangat penting bagi keteraturan dan keseimbangan hubungan media massa dengan pemerintah, masyarakat, sesama media massa dan media secara global ([id.wikipedia.org/wiki/Regulasi\\_media](http://id.wikipedia.org/wiki/Regulasi_media)).

Di Indonesia regulasi diatur di dalam undang-undang dan beberapa regulasi lainnya yang mengatur tata laksana komunikasi di Indonesia, khususnya tentang media. Regulasi-regulasi tersebut adalah aturan-aturan dan kebijakan yang sangat penting bagi keteraturan dan keseimbangan hubungan media dengan pemerintah, masyarakat, industri media dan secara global media. Regulasi yang mengatur media tersebut adalah ([id.wikipedia.org/wiki/Regulasi\\_media](http://id.wikipedia.org/wiki/Regulasi_media)):

- Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang mengatur tentang informasi publik.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers, yang mengatur tentang pers di Indonesia yaitu perusahaan pers, dewan pers, kantor berita, waartawan, organisasi pers, pers nasional, pers asing, penyensoran, pembredelan, hak tolak, hak jawab, hak koreksi, kewajiban koreksi, kode etik jurnalistik.
- Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran yang mengatur penyiaran di Indonesia, yaitu televisi, radio, siaran iklan (niaga dan layanan masyarakat), spektrum frekuensi radio, lembaga penyiaran, sistem penyiaran nasional, dan izin penyelenggaraan penyiaran.
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang mengatur tentang informasi elektronik, transaksi elektronik,



dokumen elektronik, sistem elektronik, penyelenggaraan sistem elektronik, jaringan sistem elektronik, agen elektronik, tanda tangan elektronik.

- Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini turut dikategorikan dalam regulasi media terkait pengaturan usaha di bidang media dan komunikasi.

Regulasi tersebut juga di atur di dalam peraturan pemerintah, keputusan menteri, peraturan gubernur atau bahkan peraturan daerah, sehingga dalam pelaksanaannya, setiap UU diawasi oleh badan regulasi atau regulator, yang berwenang untuk mengawasi dan menajaga agar Undang undang tersebut berjalan baik dan sesuai dengan ketentuan, di indonesia ada beberapa macam regulator seperti: (1) Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI); (2) Dewan Pers; (3) Dewan Hak Cipta; (4) Komisi Penyiaran Indonesia/KPI; (5) Badan Standardisasi Transaksi Elektronik/BSTE; (6) Komisi Informasi; (7) Lembaga Sensor Film/BSF; dan (8) Komisi Pengawas Persaingan Usaha/KPPU ([id.wikipedia.org/wiki/Regulasi\\_media](http://id.wikipedia.org/wiki/Regulasi_media)).

Dalam konteks regulasi dan regulator media sebagaimana telah dijelaskan di atas, Dewan Pers juga membuat ketentuan untuk melindungi profesi jurnalis dari wartawan, antara lain ([dewanpers.or.id/](http://dewanpers.or.id/)):

1. Pasal 4 Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers dinyatakan bahwa kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara; terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran; pembredelan atau pelarangan penyiaran; untuk menjamin kemerdekaan pers, pers nasional mempunyai hal mencari, memperoleh, dan menyebarluaskan gagasan dan informasi; dan hak tolak sebagai bentuk pertanggungjawaban pemberitaan.
2. Jaminan terhadap kebebasan pers memiliki kausalitas dengan perlindungan wartawan. Tak ada gunanya ada kemerdekaan pers, tapi wartawan tidak merdeka dalam melakukan pekerjaan dan kegiatan jurnalistik sesuai tuntutan profesinya. Jadi kemerdekaan pers ada dalam rangka agar wartawan dalam menjalankan pekerjaannya untuk memenuhi hak atas informasi (*right to information*) dan hak untuk tahu (*right to know*) dari masyarakat yang notabene adalah menjadi kewajiban negara untuk memenuhinya (*obligation to fulfil*).
3. Sebagaimana tercantum dalam Pasal UU 40 Tahun 1999, dinyatakan bahwa dalam melaksanakan profesinya wartawan mendapat perlindungan hukum.

Ada yang mengkritik bahwa pasal ini tak jelas karena dalam penjelasannya hanya dikatakan bahwa ‘perlindungan hukum’ yang dimaksud adalah jaminan perlindungan pemerintah dan atau masyarakat kepada wartawan dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban, dan peranannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selain mendapat perlindungan hukum, wartawan juga memiliki hak tolak dalam rangka untuk melindungi narasumber. Tidak semua profesi memiliki hak semacam ini.

4. Menilik Pasal 50 KUHP, maka wartawan dan media sebagai pelaksana UU 40 Tahun 1999 tak boleh dipidana. Pasal 50 KUHP secara jelas menyatakan bahwa “Barang siapa melakukan perbuatan untuk melaksanakan ketentuan undang-undang, tidak dipidana”. Karena itulah wartawan terkait tugas dan profesinya tak bisa disasar UU ITE. Dengan demikian konsep tentang perlindungan wartawan diberikan kepada wartawan yang bekerja secara profesional.
5. Penentuan produk jurnalistik yang benar bisa merujuk beberapa hal. Antara lain karya jurnalistik diproduksi oleh lembaga yang berbadan hukum yang mencantumkan alamat jelas dan penanggungjawab serta bisa dimintai pertanggungjawaban apabila melakukan kesalahan. Karya jurnalistik dibuat oleh wartawan profesional yang menaati KEJ dan bila ada kesalahan mengakomodasi hak jawab, hak koreksi, serta permintaan maaf. Pada redaksi media bersangkutan berlaku model pertanggungjawaban air terjun (*waterfall responsibilities*) sehingga tak memungkinkan seorang wartawan yang meliput langsung bisa menyebarluaskan berita sekaligus merangkap tanpa proses editing. Ada tembok api yang memisahkan antara urusan redaksi yang lebih bertumpu pada pencarian dan pembuatan berita dengan urusan pencarian iklan.
6. Saat ini institusi media tengah marak, terutama media online. Ada banyak orang mengaku wartawan. Dengan mudah mereka membuat kartu pers sendiri dan menggunakan namanama seram mirip dengan institusi KPK, BIN atau kepolisian. Tujuan utama tak pelak adalah keuntungan ekonomi semata. Institusi media ini tak memenuhi syarat dan standar perusahaan pers. Perusahaan dikelola ala industri rumah tangga yang kadang melibatkan suami, istri dan anak. Para wartawannya banyak yang merangkap sebagai pengurus Lembaga Swadaya Masyarakat, sopir taksi, dan lain-lain. Dalam kemerdekaan pers yang sedang kita nikmati ini, mereka adalah para penunggang gelap kemerdekaan pers.

7. Mandat Dewan Pers jelas dan tegas: melindungi kemerdekaan pers. Untuk itulah Dewan Pers membuat MOU dengan kepolisian, kejaksaan, dan mendorong Mahkamah Agung untuk melahirkan Surat Edaran Mahkamah Agung No 1 Tahun 2008. Dalam rangka memberikan perlindungan kepada wartawan.
8. Dewan Pers juga membuat MOU dengan Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban (LPSK). Selain itu Dewan Pers juga melatih dan menerbitkan sertifikat kepada 105 ahli pers yang terdiri dari wartawan senior dan akademisi di seluruh Indonesia. Para ahli pers ini bertugas memberikan keterangan ahli dalam penyidikan yang dilakukan aparat kepolisian dan kejaksaan atau tampil dalam sidang di pengadilan.
9. Tujuan dari semua pernyataan Dewan Pers ini jelas, yaitu melindungi kemerdekaan pers dan wartawan profesional. Termasuk dari rongrongan praktek abal-abalisme yang tengah marak saat ini.

Namun, fakta memang sulit dibantah, bahwa belakangan ini tampaknya media cenderung memprioritaskan kepentingan elitis di atas dasar logika pasar. Sebagai akibatnya, pemenuhan hak publik pada umumnya dan terutama isu-isu menyangkut kelompok rentan dan minoritas menjadi kebijakan halaman belakang. Hal ini memunculkan keprihatinan mendalam karena gagasan partisipasi utuh dari publik sebagai penjaga masyarakat demokratis tidak dapat dialami. Alih-alih menyediakan keragaman pandangan akan dinamika publik, media cenderung menampilkan 'budaya' tunggal yang dominan, yakni budaya yang dikendalikan oleh tirani mayoritas.

Demikian, dalam konteks Indonesia, jika kelak ada sebuah periode di mana wajah dan impian keberagaman mulai pudar, entah di layar televisi, surat kabar, maupun di media lain; maka sesungguhnya semboyan Bhinneka Tunggal Ika pun telah mengarah pada kepunahan. Sebab, tanpa pemenuhan hak setiap warga—atau kemampuan untuk mengambil peran dalam proses demokrasi, ideologi kebangsaan tidak lagi bermakna.



# DAFTAR PUSTAKA

## BAB1

- Adiprasetyo, Justito (2019). Perkembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia: Instrumentalisasi Kuasa Hingga Mekanisme Pasar. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol. 6, No. 2, p. 124-149.
- Al-Fedaghi, Sabah (2012). A Conceptual Foundation for the Shannon-Weaver Model of Communication. *International Journal of Computing*, Vol. 7, No. 1. p. 12-19.
- Armstrong, Michael (1994). *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Arifin, Anwar (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Brent D., Ruben and Stewart, Lea P. (2006). *Communication and Human Behavior*. United States: Allyn and Bacon.
- Carnegie, Dale (2019). *How to Win Friends and Influence People*. Terjemahan. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- DeFleur, Melvin L. (1985). *Understanding Mass Communication*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Geuss, Raymond (1981). *The Idea of a Critical Theory: Habermas and the Frankfurt School*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McCroskey, James C., Larson, Carl E., and Knapp, Mark L. (2001). *An Introduction to Interpersonal Communication*. Englewood, N.J.: Prentice-Hall.
- Danandjaja, James (1984). *Folklor Indonesia: Ilmu Gosip, Dongeng, dan Lain-Lain*. Jakarta: PT. Temprint.
- Dance, Frank E. X. (1979). The "Concept" of Communication. *Journal of Communication*, Vol. 20, No. 2, June Edition. p. 201-210.

- Darma, Yoce Aliah (2014). *Analisis Wacana Kritis dalam Multiperspektif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Diamastuti, Erlina (2012). Paradigma Ilmu Pengetahuan Sebuah Telaah Kritis. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, Vol. 10, No. 1. p. 61-74.
- Effendy, Onong Uchjana (1995). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ensiklopedia Malaysiana* (1996). Kuala Lumpur: Anzagain.
- Fajar, Marhaeni (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fisher, B. Aubrey (1986). *Teori-Teori Komunikasi: Perspektif Mekanistik, Psikologis, Interaksional, dan Pragmatis*. Terjemahan. Bandung: Remadja Karja.
- Hardiman, F. Budi (2009). *Kritik Ideologi: Menyingkap Pertautan Pengetahuan dan Kepentingan Bersama Jurgen Habermas*. Cetakan kelima. Yogyakarta: Kanisius.
- Hasbiansyah, O. (2004). Konstelasi Paradigma Objektif dan Subjektif dalam Penelitian Komunikasi dan Sosial. *Jurnal MediaTor*, Vol. 5, No. 2. p. 199-218.
- Hasan, Erliana (2019). *Paradigma Komunikasi Pemerintahan (Modul Perkuliahan)*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Hidayat, Dedy N. (2002). Metodologi Penelitian dalam Sebuah "Multi-Paradigm Science." *Jurnal MediaTor*, Vol. 3, No. 2. p. 197-219.
- Hidayat, Dedy N. (2009). Teori-Teori Kritis dan Teori-Teori Ilmiah, in [https://ashadisiregar.files.wordpress.com/2009/03/microsoft-word-dedynurhidayat\\_teorikritis3.pdf](https://ashadisiregar.files.wordpress.com/2009/03/microsoft-word-dedynurhidayat_teorikritis3.pdf).
- Ikbar, Yanuar (2012). *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Membuat Tugas Akhir/ Karya Ilmiah*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Jencks, Charles (1984). *The Language of Post-Modern Architecture*. 4th Edition. London: Academy Editions.
- Kerlinger, Fred Nichols (1973). *Foundations of Behavioral Research*. 2nd Edition. Holt, Rinehart and Winston.
- Kim, Myung Ja, Jung, Timothy and Lee, Choong-Ki (2020). Exploring Consumer Behavior in Virtual Reality Tourism Using an Extended Stimulus-Organism-Response Model. *Journal of Travel Research*, Vol. 59, No. 1. p. 69-89.
- Komala, Lukiati (2009). *Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Kusumawati, Tri Indah (2015). Komunikasi Verbal dan Non Verbal. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol. 6, No. 2, Edisi Juli-Desember. p. 83-98.
- Kuswarno, Engkus (2009). "Perkembangan Ilmu Komunikasi," *Makalah FIKOM UNPAD* yang disajikan dalam Lokakarya Pengembangan Program Studi

- Ilmu Komunikasi dan Desain Kompetensi kerjasama DIKTI-ASPIKOM, Solo, 2-3 Desember 2009.
- Laswell, Harold (1960). *The Structure and Function of Communication in Society*. Urbana: University of Illinois Press.
- Lestari, G Endang dan Maliki (2003). *Komunikasi Yang Efektif*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Lindlof, Tomas R. (1995). *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. (2009). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)*. Edisi 9. Terjemahan. Jakarta: Salemba Humanika,
- Locke, John (1975). *An Essay Concerning Human Understanding*. New York: Barnes Book.
- Maksum, Ali (2014). *Pengantar Filsafat: Dari Masa Klasik hingga Posmodernisme*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Marhiyanto, Bambang (1995). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Media Centre.
- Mackenzie, Noella and Knipe, Sally (2006). Research Dilemmas: Paradigms, Methods and Methodology. *Journal Issues In Educational Research*, Vol. 16, No. 2. p. 193-205.
- McAuley, Paul J. (1992). *King of the Hill*. London: Victor Gollancz.
- Moleong, Lexy J. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muazaroh, Siti dan Subaidi (2019). Kebutuhan Manusia dalam Pemikiran Abraham Maslow (Tinjauan *Maqasid Syariah*). *Jurnal Al-Maza'hib*, Vol. 7, No. 1, p. 17-33
- Muhammad, Arni. *Komunikasi Organisasi*. Cetakan kelima. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muldi, Ail (2018). Komunikasi Perencanaan Pembangunan Daerah Berbasis E-Musrenbang (Studi Kasus RKPD Jabar Online). *Jurnal Dakwah Risalah*, Vol. 29, No. 2. p. 81-95.
- Mulyana, Deddy (2001). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurudin (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Purwanto, Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Pratikno, Riyono (1987). *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Rakhmat, Jalaluddin (2001). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin (2001). *Psikologi Komunikasi*. (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ritzer, George (2003). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Cetakan ke-4. Terjemahan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rohim, Syaiful (2009). *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ruslan, Rosady (2002). *Managemen Humas dan Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Saefudin, Asep (2008). Perkembangan Teknologi Komunikasi: Perspektif Komunikasi Peradaban. *Jurnal Mediator*, Vol. 9, No, 2. p. 383-392.
- Sanjaya, Wina (2012). *Media Komunikasi Pembelajaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa (2005). *Teori Komunikasi (Modul Perkuliahan)*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Setiawan, Johan dan Sudrajat, Ajat (2018). Pemikiran Postmodernisme dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan. *Jurnal Filsafat*, Vol. 28, No. 1, p. 25-46.
- Soyopmukti, Nuraini (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sudiar, Sonny dan Yuniarti (2017). Kontribusi *Critical Theory* dalam Perkembangan Studi Hubungan Internasional di Indonesia. *Jurnal Dauliyah*, Vol. 2, No. 1. p. 73-96.
- Sutikno, Sobry (2010). *Pengelolaan Pendidikan (Tinjauan Umum dan Konsep Islami)*. Bandung: Prospect.
- Syahputra, Iswandi (2007). *Komunikasi Profetik: Konsep dan Pendekatan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Thomasden (2018). "Apa yang dimaksud dengan Komunikasi Visual?" in <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-komunikasi-visual/3797>.
- Tubbs, Stewart L. dan Moss, Sylvia (2014). *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya. (DP BAB II)
- Tubbs, Stewart L. dan Moss, Sylvia (2005). *Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi*. Terjemahan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ubaidillah, Adhis (2016). Konsep Dasar Komunikasi Untuk Kehidupan. *Jurnal Al-Ibtida'*, Vol. 4, No. 2. p. 30-54.

- Ulack, Richard (2007). *Encyclopædia Britannica*. Chicago: Ultimate Reference Suite.
- Ulya, Inayatul dan Abid, Nushan (2015). Pemikiran Thomas Kuhn dan Relevansinya Terhadap Keilmuan Islam. *FIKRAH: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan*, Vol. 3, No. 2. p. 249-275.
- Upe, Damsyid Ambo (2010). *Asas-Asas Multiple Researches: Dari Normam K. Denzim Hingga John W. Creswell dan Penerapannya*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Wahid, Umaimah (2016). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Utama.
- Wiryanto (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Internet/Website
- Amalialaisa (2017). "Apa yang dimaksud dengan Westley and MacLean's Model dalam Ilmu Komunikasi?", in <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-westley-and-maclean-s-model-dalam-ilmu-komunikasi/4322>.
- Ambar (2017). "Model Komunikasi Lasswell–Konsep–Kelebihan–Kekurangan," in <https://pakarkomunikasi.com/model-komunikasi-lasswell>.
- Ambar (2017). "Model Komunikasi DeFleur–Komponen–Konsep," in <https://pakarkomunikasi.com/model-komunikasi-defleur>
- Bajracharya, Shraddha (2018). "De Fleur Model of Communication," in <https://www.businessstopia.net/communication/de-fleur-model-communication>.
- Burrell, Gibson and Morgan, Gureth (1979). *Sociological Paradigma and Organizational Analysis, Element of the Sociology of Corporate Life*. in [http://sonify.psych.gatech.edu/~ben/references/burrell\\_sociological\\_paradigms\\_and\\_organisational\\_analysis.pdf](http://sonify.psych.gatech.edu/~ben/references/burrell_sociological_paradigms_and_organisational_analysis.pdf).
- Businessstopia* (2018). "Berlo's SMCR Model of Communication," in <https://www.businessstopia.net/communication/berlo-model-communication>.
- Communication Science (2012). "Model Komunikasi Gudykunst dan Young Yun Kim," in <http://commscience166a.blogspot.com/2012/10/model-komunikasi-gudykunst-dan-young.html>.
- Communicationtheory.org* (2013). "Gerbner's General Model in Communication Models, Mass Communication," in <https://www.communicationtheory.org/gerbners-general-model/>
- Hanafi, Rizwan (2015). "Model Komunikasi: Linier, Interaksional, dan Transaksional," in <http://rizwanhanafi.blogspot.com/2015/09/model-komunikasi-linier-interaksional.html>.
- Hapsari, Wina Prinda (2017). "Apa yang dimaksud dengan Model Newcomb atau Model ABX dalam Ilmu Komunikasi?", in <https://www.dictio.id/t/apa->



yang-dimaksud-dengan-model-newcomb-atau-model-abx-dalam-ilmu-komunikasi/4321.

Hapsari, Wina Prinda (2017). "Apa yang dimaksud dengan Gerbner's General Model dalam Ilmu Komunikasi?", in <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-gerbner-s-general-model-dalam-ilmu-komunikasi/4310>.

Heru (2017). "Komunikasi Lisan-Proses-Jenis," in <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-lisan>.

Heru (2017). "Komunikasi Langsung dan Tidak Langsung," in <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-langsung-dan-tidak-langsung>.

Hizkia, Rudy (2013). "Model Komunikasi Aristoteles," in <http://rudytahu.blogspot.com/2013/10/model-komunikasi-aristoteles.html>.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar\\_definisi\\_komunikasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_definisi_komunikasi).

<https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi>.

<https://kitchenuhmaykoosib.com/proses-komunikasi/>

<https://pakarkomunikasi.com/komponen-komponen-komunikasi>

<https://pakarkomunikasi.com/pengantar-ilmu-komunikasi>.

[https://p4tkboe.kemdikbud.go.id/p4tkboe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=116&catid=28&Itemid=102](https://p4tkboe.kemdikbud.go.id/p4tkboe/index.php?option=com_content&view=article&id=116&catid=28&Itemid=102).

<https://www.komunikasipraktis.com/2015/10/hakikat-komunikasi.html>.

Huit, W. (2018). "Analyzing Paradigms Used in Education and Schooling," in <http://www.edpsycinteractive.org/topics/intro/paradigm.html>. p. 10-15.

Ilham, Mughnifar (2020). "Pengertian Komunikasi Lisan dan Komunikasi Tertulis (Lengkap)," in <https://www.materi.carageo.com/pengertian-komunikasi-lisan/>

"Intercultural Communication," in [https://en.wikipedia.org/wiki/Intercultural\\_communication](https://en.wikipedia.org/wiki/Intercultural_communication).

Khaifa, Nur (2016). "Model komunikasi Lasswell," in <http://nurulkhaifa.blogspot.com/2016/12/model-komunikasi-lasswell.html>.

Khoiriyah (2018). "Komunikasi Linier dan Interaksional," in <https://khoiriyahs.wordpress.com/2018/10/10/komunikasi-linear-dan-interaksional/>

"Komunikasi Langsung," in <https://newsq.wordpress.com/ekonomika/komunikasi-langsung/>

Lazarsfeld, Paul F. and Merton, Robert K. (2007). *Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action*. In <https://pdfs.semanticscholar.org/50c6/e01e5e345853eab8bebec12b5d95b398f16a.pdf>.

- McLuhan, Marshal (1967). *The Medium Is The Message An Inventory of Effects. Summary* in [https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/themediumisthemessage\\_marshallmcluhan\\_quentinfiore.pdf](https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/themediumisthemessage_marshallmcluhan_quentinfiore.pdf).
- Novitaningrum, Dian dkk. (tt). "Komunikasi Tertulis" (Slide Tugas Kelompok), in [https://www.academia.edu/30316963/Komunikasi\\_Tertulis](https://www.academia.edu/30316963/Komunikasi_Tertulis).
- Nur, Antan (2017). "Paradigma Penelitian Komunikasi," in <https://nuratnan.staff.telkomuniversity.ac.id/files/2017/02/Paradigma-Dalam-Penelitian-Komunikasi.pdf>.
- Osgood-Schramm Model of Communication: Definition & Application (2018), in <https://study.com/academy/lesson/osgood-schramm-model-of-communication-definition-application.html>.
- Prakoso, Adi (2018). "Pengertian Komunikasi," in <http://adiprakosa.blogspot.com/2008/09/pengertian-komunikasi.html>.
- Purwanti, Puput (2018). "Teori Stimulus Respon dalam Komunikasi Massa yang Efektif," in <https://pakarkomunikasi.com/teori-stimulus-respon-dalam-komunikasi-massa>.
- Sainskomunikasi.com (2012). "Teori Model Melvin De Fleur," in <http://sainskomunikasi.blogspot.com/2012/10/teori-model-melvin-de-fleur.html>.
- Takari, Muhammad (2019). "Memahami Ilmu Komunikasi," in [https://www.researchgate.net/publication/331714955\\_MEMAHAMI\\_ILMU\\_KOMUNIKASI](https://www.researchgate.net/publication/331714955_MEMAHAMI_ILMU_KOMUNIKASI).
- Wuryana, AG. Eka Wenats (2018). Teori Kritis dan Varian Paradigmatik dalam Ilmu Komunikasi. in [https://www.researchgate.net/publication/326273174\\_Teori\\_Kritis\\_dan\\_Varian\\_Paradigmatik\\_dalam\\_Ilmu\\_Komunikasi](https://www.researchgate.net/publication/326273174_Teori_Kritis_dan_Varian_Paradigmatik_dalam_Ilmu_Komunikasi).

## BAB 2

- Abidin, Said Zainal (2004). *Kebijakan Publik*. Jakarta: Pancar Siwah.
- Abrori, Ahmad (2016). Refleksi Teori Kritis Jürgen Habermas Atas Konsensus Simbolik Perda Syariah. *Jurnal Ahkam*, Vol. XVI, No. 1. p. 71-88.
- Ahmad, Nyarwi (2012). *Elemen-elemen Kajian Komunikasi Politik dan Marketing Politik*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka Zaman.
- Alonso, Sonia, et.al. (2011). *The Future of Representative Democracy*. New York: Cambridge University Press.

- Aminah, Sitti, dkk. (2014). Perubahan Model Komunikasi dan Pergeseran Paradigma Pembangunan dalam Perspektif Sejarah. *Paramita: Historical Studies Journal*, Vol. 24, No. 1. Edisi Januari. p. 92-103.
- AP, Sumarno (1993). *Dimensi- Dimensi Komunikasi Politik*. Bandung: Citraaditya Bakti
- Ardianto, Elvinaro, Q-Anees (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekama Media.
- Ardial (2010). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Indeks.
- Armstrong, Michael (1994). *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Baron, R. A. & Branscombe, N. R. (2012). *Social Psychology*. 13th ed. New Jersey, Boston: Pearson Education, Inc.
- Bottomore, Tom, et.al. (1979). *Karl Marx: Selected Writings in Sociology and Social Philosophy*. Victoria: Penguin Books.
- Budiarjo, Miriam, dkk. (2005). *Pengantar Ilmu Politik* (Modul Perkuliahan). Jakarta: Universitas Terbuka.
- Budiardjo, Miriam (2015). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Edisi Revisi Cetakan ke-3. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Budiman, Ahmad (2014). Komunikasi Politik dalam Pemilihan Pimpinan DPR-RI. *Info Singkat*, Vol. VI, No. 19. Edisi Oktober. p. 17-20.
- Budiman, Arief (1996). *Teori Negara: Negara, Kekuasaan dan Ideologi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, Hafied (2011). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cogan, John J. and Dericcot, Ray (2004). *Citizenship for the 21st Century: An Introduction Perspectives on Education*. London: Kogan Page Ltd.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H. dan Broom, Glen M. (2006). *Effective Public Relations*. Terjemahan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dahl, Robert (1994). *Analisis Politik Modern*. Terjemahan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dahrendorf, Ralf (1986). *Konflik dan Konflik dalam Masyarakat Industri: Sebuah Analisa-Kritik*. Terjemahan. Jakarta: Rajawali.
- Dahl, Robert (1982). *Dilemmas of Pluralist Democracy*. New Heaven and London: Yale University Press.
- Damsar (2010). *Pengantar Sosiologi Politik*. Cetakan I. Jakarta: Kencana PrenadaMedia.

- Dunn, William N. (2003). *Analisis Kebijakan Publik*. Edisi ke-2. Yogyakarta: Gadjah Mada. University Press.
- Easton, David. (1984). *Kerangka Kerja Analisis Sistem Politik*. Terjemahan. Jakarta: Bina Aksara.
- Effendy, Onong Uchjana (1989). *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Fajar, Marhaeni (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fata, Nahriyah (2015). Kajian Sosiologis Tentang Pengaruh Sistem Sosial Budaya dalam Kehidupan Bermasyarakat. *Jurnal FITRAH*, Vol. 01, No. 1. p. 147-160.
- Femia, Joseph V. (1981). *Gramsci's Political Thought: Hegemony, Consciousness, and the Revolutionary Process*. New York: Clarendon Press, Oxford University Press.
- Frost, Joyce Hocker and William M. Wilmont (1978). *Interpersonal Conflict*. Dubuque, Iowa: Wm.C Brown.
- Gazali, Effendi (2004). Interaksi Politik dan Media: Dari Komunikasi Politik ke Politik Komunikasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 8, No. 1. p. 53-73.
- Gibson, James L., dkk. (1997). *Organisasi dan Manajemen*. Jakarta; Penerbit Erlangga.
- Gramsci, Antonio (2013). *Catatan-Catatan dari Penjara*. Terjemahan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gundogan, Ercan (2008). Conceptions of Hegemony in Antonio Gramsci's Southern Question and the Prison Notebooks. *Journal of Marxism and Interdisciplinary Inquiry*, Vol. 2, No. 1. p. 45-60.
- Hadisoeperto, Hartono (1993). *Pengantar Tata Hukum Indonesia*. Yogyakarta: Liberty.
- Hafid, Meutya Viada (2018). Konsensus Politik dalam Penyelesaian Konflik Partai Golkar Tahun 2014-2016. *Jurnal Penelitian Politik*, Vol. 15, No. 1. p. 15-30.
- Haryanto, dkk. (1997). *Fungsi-Fungsi Pemerintahan*. Cetakan 1. Jakarta: Badan Pendidikan dan Pelatihan Dalam Negeri.
- Heater, Derek (2004). *Citizenship: The Civic Ideal in World History, Politics and Education* (Third Edition). Edinburgh University Press.
- Hermawan, Eman (2001). *Politik Membela yang Benar: Teori, Kritik, dan Nalar*. Yogyakarta: Klik dan DKN Garda Bangsa.
- Hermawanto, Ariesani (2013). Perdebatan Ilmu Politik Sebagai Pengetahuan Ilmiah: Sebuah Tinjauan Ringkas. *PARADIGMA: Jurnal Masalah Sosial, Politik dan Kebijakan*. Vo. 17, No. 1. Edisi Januari. p. 27-34.
- Heryanto, Gun Gun dan Shulhan, Rumaruru (2013). *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Heryanto, Gun Gun dan Zarkasy, Irwa (2012). *Public Relations Politik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Heywood, Andre (2014). *Politik*. Edisi Keempat. Terjemahan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hidayat, Imam (2009). *Teori-teori Politik*. Malang: Setara Press.
- Hikam, Muhammad A.S (1996). *Demokrasi dan Civil Society*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Hoffer, Eric (1998). *Gerakan Massa*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Hoogerwerf, A. (1985). *Politikologi: Pengertian dan Problem-Problemnya*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Imran, Hasyim Ali (2014). Mediasi Struktur Politik Oleh Surat kabar (Studi *Content Analysis* Terhadap Surat kabar Ibukota). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 18, No. 1. Edisi Januari-Juni. p. 31-73.
- Irwin, Terence and Fine, Gail (1995). *Aristotle: Selection*. Indianapolis/Cambridge: Hackett Publishing Company, Inc.
- Islamy, Muh. Irfan (2014). *Definisi dan Makna Kebijakan Publik* (Modul Perkuliahan). Jakarta: Universitas Terbuka.
- Jefkins, Frank (1992). *Public Relation Techniques*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Jorgensen, Maranne W. dan Philips, Louise J. (2010). *Analisis Wacana: Teori & Metode*. Cetakan Kedua. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Judson, Fred (1983). Anti-Imperialism in the Cuban Rebel Army: The Sum of Precedents and Experiences of Armed Struggle. *Journal North-South Canadian Journal of Latin American Studies*, Vol. VIII, No. 16. p. 75-90.
- Kaho, Josef Riwu (2001). *Prospek Otonomi Daerah di Negara Kesatuan Republik Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kalangi, Johnny Samuel (2018). *Komunikasi Politik*. Manado: UNSRAT Press.
- Kantaprawira, Rusadi (1988). *Sistem Politik Indonesia: Suatu Model Pengantar*. Bandung: Sinar Baru.
- Kasmirus, Wiji (2013). Peran Kehumasan dalam Membangun Citra Pemerintah di Kabupaten Kutai Barat. *Jurnal Administrasi Reform*, Vol.1, No.1. p. 190-208.
- Kincaid, Lawrence D., dan Schramm, Wilbur (1977). *Azas-azas Komunikasi Antar Manusia*. Terjemahan. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Lawang, Robert M.Z. (1985). *Buku Materi Pokok Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Karunika Universitas Terbuka.
- Lipson, Leslie (1964), *The Democratic Civilization*. New York: Ferrer and Simons.
- Malik, Abdul (2016). Agitasi dan Propaganda di Media Sosial (Studi Kasus Cyberwar Antar-Netizen terkait Dugaan Penistaan Agama oleh Basuki

- Tjahaja Purnama). *Jurnal Lontar*, Vol. 4, No. 3. Edisi September-Desember. p. 1-15.
- Manalu, Dimpos (2007). Gerakan Sosial dan Perubahan Kebijakan Publik: Kasus Perlawanan Masyarakat Batak Vs PT. Inti Indorayon Utama, di Porsea, Sumatera Utara. *Jurnal Populasi*, Vo. 18, No 1, p. 27-50.
- Marsh, David and Stoker, Garry (2011). *Teori dan Metode dalam Ilmu Politik*. Terjemahan. Bandung: Penerbit Nusa Media.
- Mas'ood, Mohtar dan McAndrews, Colin (2008). *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mas'udi (2015). Akar-Akar Teori Konflik: Dialektika Konflik; Core Perubahan Sosial dalam Pandangan Karl Marx dan George Simmel. *FIKRAH: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan*, Vol. 3, No. 1. Edisi Juni. p. 177-200.
- Mawardi, Ahmad Imam (2019). Charles Wright Mills dan Teori *Power Elite*: Membaca Konteks dan Pemetaan Teori Sosiologi Politik Tentang Kelas Elite Kekuasaan. *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis*, Vol. 4, No. 2. p. 73-83.
- Mosca, Gaetano. "On The Rulling Class," in Talcott Parsons, ed. (1961). *Theories of Society: Foundations of Modern Social Theory*. New York: Free Press. p. 598-602.
- Mulyosudarmo, Suwoto (1990). *Kekuasaan dan Tanggung Jawab Presiden Republik Indonesia: Suatu Penelitian Segi-Segi Teoritik dan Yuridis Pertanggungjawaban Kekuasaan*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Mukhtar (2018). Penguasa dan Kekuasaan dalam Pandangan Komunikasi Politik Machiavelli. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Vol. 2, No. 2. p. 56-76.
- Nambo, Abdulkadir B. dan Puluhuluwa, M. Rusdiyanto (2005). Memahami Tentang Beberapa Konsep Politik (Suatu Telaah dari Sistem Politik). *Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, Vol. XXI, No. 2. p. 262-285.
- Narmoatmojo, Winarno (2012). *Pemikiran Kewarganegaraan Aristoteles tentang Kewarganegaraan dan Konstitusi*. *Jurnal Ketahanan Nasional*. Vol. 18, No. 3. p. 23-33.
- Nasution, Zulkarimein (1990). *Komunikasi Politik Suatu Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nimmo, Dan (2000). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nugroho, Riant (2006). *Kebijakan Publik Untuk Negara-Negara Berkembang*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Nur, Yunidar (2010). Representasi Kekuasaan dalam Wacana Politik (Kajian Etnografi Komunikasi). *Jurnal Academia*, Vol. 2, No. 1. p. 289-300.
- Pace, R. Wayne dan Faules, Don F. (2013). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. (Editor: Dedy Mulyana). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pearson, Judy C., et.al. (2010). *Human Communication*, The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Piper, Laurence (2005). Power: A Radical View (Book Review). *Theoria: A Journal of Social and Political Theory*, No. 108. p. 118-122.
- Plano, Jack C. dkk. (1985). *Kamus Analisa Politik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Poloma, Margaret (2010). *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rauf, Maswadi, "Komunikasi Politik: Masalah Sebuah Bidang Kajian dalam Ilmu Politik," in Maswadi Rauf dan Mappa Nasrun, ed. (1993). *Indonesia dan Komunikasi Politik*. Jakarta: AIPI-PT. Gramedia Pustaka Utama. p. 19-44.
- Rauf, Maswadi (2001). *Konsensus dan Konflik Politik: Sebuah Peninjauan Teoritis*. Jakarta Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan Nasional.
- Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. (2004). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- Ritzer, George (2010). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rokhman, Fathur dan Surahmat (2011). *Politik Bahasa Penguasa*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Ruliana, Poppy (2016). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Rusadi, Udi (2015). *Kajian Media: Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori dan Metode*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Rush, Michael dan Althoff, Phillip (2008). *Pengantar Sosiologi Politik*. Terjemahan. Cetakan ke-13 Jakarta: PT. Rajawali Pers.
- Saifuddin, A.F. (2006). *Antropologi Kontemporer Suatu Pengantar Kritis Mengenai Paradigma*. Jakarta: Kencana.
- Sastroatmodjo, Sudijono (1995). *Perilaku Politik*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Sedarmayanti (2007). *Good Governance (Kepemerintahan yang Baik) dan Good Corporate Governance*. Bandung: Mandar Maju.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Setiardi, Gunawan A. (1990). *Dialektika Hukum dan Moral dalam Pembangunan Masyarakat Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius, 1990.
- Siswanto (2007). Politik dalam Organisasi (Suatu Tinjauan Menuju Etika Berpolitik). *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, Vol. 10, No. 4. p. 159-165.
- Sobur, Alex (2000). Paradigma Komunikasi Politik dalam Mewujudkan Masyarakat Madani. *Mimbar: Jurnal Sosial Pembangunan*, Vol. Vol. 16, No. 2. p. 112-138.
- Soeprato, Adi dkk. (2014). Komunikasi dalam Proses Pendidikan Politik Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum 2014 di DIY. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 12, No. 1. Edisi Januari-April.
- Sparingga, Daniel. "Partai Politik dan Transisi Demokrasi" (Kata Pengantar), in Meyer, Thomas (2012). *Peran Partai Politik dalam Sebuah Sistem Demokrasi: Sembilan Tesis*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Friederich-Ebert-Stifung. p. 9-24.
- Stokes, Susan, et.al. (2013). *Brokers, Voters, and Clientelism: The Puzzle of Distributive Politics*. NY: Cambridge University Press.
- Suharno (2010). *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Surachman, Akhmad Yani (2009). *Konsep Dasar Sistem Komunikasi* (Modul Perkuliahan). Jakarta: Universitas Terbuka.
- Surakhmad, Winarno (1982). *Pengantar Interaksi Mengajar-Belajar: Dasar dan Teknik Metodologi Pengajaran*. Bandung: Tarsito.
- Surbakti, Ramlan (1992). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Surianingrat, Bayu (1992). *Mengenal Ilmu Pemerintahan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Susanto, Astrid S. (1985). *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Jakarta: Binacipta.
- Swanson, David L. and Mancini, Paolo, (ed.) (1996). *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport: Praeger.
- Syafie, Inu Kencana (2003). *Sistem Pemerintahan Indonesia*. Edisi Revisi. Rineka Cipta: Jakarta.
- Syafrudin, Ateng (2000). Menuju Penyelenggaraan Pemerintahan Negara yang Bersih dan Bertanggungjawab. *Jurnal Pro Justisia*, Edisi IV, Universitas Parahyangan, Bandung.
- Tasmara, Toto (1997). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. (2003). *Teori dan Konsep Kebijakan Publik*. Yogyakarta : Lukman Offset dan YPAPI.
- Thoha, Miftah (2010). *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.



- Thompson, Richard H. (1989). *Theories of Ethnicity: A Cultural Appraisal*. New York: Greenwood Press.
- Tobing, M. Syareza L dan Brodjonegoro, Bambang P. S. (2013). Faktor Politik dalam Alokasi Dana Antarpemerintah Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, Vol. 13 No. 2. Edisi Januari. p. 143-158.
- Triputra, Pinckey (2012). "Memetakan Kembali Perkembangan Studi Komunikasi Politik dan Marketing Politik," dalam Ahmad, Nyarwi. *Elemen-elemen Kajian Komunikasi Politik dan Marketing Politik*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka Zaman.
- Varma, S.P. (2007). *Teori Politik Modern*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Winarno (2015). Pemikiran Aristoteles Tentang Kewarganegaraan dan Konstitusi. *Jurnal Humanika*, Vol. 21, No. 1. p. 56-62.
- Winarno, Budi (2002). *Teori dan Proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Wolfsfeld, Gadi, et.al. (2015). Political Information Repertoires and Political Participation. *New Media & Society*, Vol. 18, No. 9. p. 2096-2115.
- Dokumen
- Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 2000 Tentang Komisi Hukum Nasional.
- Keputusan Presiden Nomor 181 Tahun 1998 Tentang Komisi Nasional Perempuan
- Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi Sebagai Daerah Otonom.
- Peraturan Presiden Nomor 65 Tahun 2005 Tentang Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2006 Tentang Kewarganegaraan.
- Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2004 Tentang Komisi Yudisial.
- Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2002 Tentang Komisi Pemberantasan Korupsi
- Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2008 Tentang Ombudsman Republik Indonesia.
- Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 1999 Tentang Komisi Nasional Hak Asasi Manusia.
- Internet/Website

- Amalia, Nur (2014). "Definisi Pemerintah dan Pemerintahan," in <https://nuramelia99.wordpress.com/2014/07/02/pemerintah-dan-pemerintahan/>
- Anwar, Putri Azzahra, dkk. (2019). *Media Massa dan Citra Politik di Indonesia*. in [https://www.researchgate.net/publication/330242325\\_Media\\_Massa\\_dan\\_Citra\\_Politik\\_di\\_Indonesia](https://www.researchgate.net/publication/330242325_Media_Massa_dan_Citra_Politik_di_Indonesia).
- Ardiansa, Dirga (2014). "Politik Distributif," in <https://indoprogress.com/2014/10/politik-distributif/>
- Astawa, Putu Ari (2017). "Negara dan Konstitusi (Materi Kuliah Kewarganegaraan Universitas Udayana)," in [https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_pendidikan\\_1\\_dir/2f0542d649a363d3f04d06edb24599a0.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/2f0542d649a363d3f04d06edb24599a0.pdf).
- Basri, Seta (20019). "Pengertian Sistem Politik David Easton dan Gabriel Abraham Almond," in <https://setabasri01.blogspot.com/2009/02/kerangka-kerja-sistem-politik-david.html>.
- Bismo, Ilham (2017). "Analisis Politik dalam Psikologi," in <https://www.kompasiana.com/ilhambismo/5a2f30185e137348cd63b813/analisis-politik-dalam-psikologi?page=all>.
- Chappelow, Jim and Barnier, Brian (2020). "Conflict Theory," in <https://www.investopedia.com/terms/c/conflict-theory.asp>.
- Chemma, Mahrukh (2014). "Almond's Developmental Approach to Political System," in <https://www.slideshare.net/MahrukhCheema/almond-almonds-developmental-approach-to-political-system>.
- Debele, Efa Tadesse (2019). "Charles Wright Mills," in [https://www.researchgate.net/publication/335099662\\_Charles\\_Wright\\_Mills](https://www.researchgate.net/publication/335099662_Charles_Wright_Mills).
- Dey, Denia (2018). "6 Hubungan Sosialisasi Politik dengan Komunikasi Politik," in <https://pakarkomunikasi.com/hubungan-sosialisasi-politik-dengan-komunikasi-politik>.
- Dika, Mulyadi (2008). "Perspektif atau Paradimga Komunikasi (Pertemuan 02)," in <https://slideplayer.info/slide/3781685/>.
- Firdaus, Syamsir (2008). "Negara dan Konstitusi (*State-Staat*)," in <https://bunghatta.ac.id/artikel-229-negara-dan-konstitusi-state-staat.html>.
- Hussein, Mohamad Zaki (2012). "Ideologi dan Reproduksi Masyarakat Kapitalis," in <https://indoprogress.com/2012/01/ideologi-dan-reproduksi-masyarakat-kapitalis/>
- <https://brainly.co.id/tugas/1750687>.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Agitprop>.  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Bangsa>.  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Common\\_good](https://en.wikipedia.org/wiki/Common_good).  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Two-step\\_flow\\_of\\_communication](https://en.wikipedia.org/wiki/Two-step_flow_of_communication).  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Keadaan\\_alamiah](https://id.wikipedia.org/wiki/Keadaan_alamiah).  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi\\_politik](https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_politik).  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Konflik>.  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Konsensus>.  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Pemerintah>.  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Political\\_communication](https://en.wikipedia.org/wiki/Political_communication).  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Rezim>.  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Rhetoric\\_\(Aristotle\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Rhetoric_(Aristotle)).  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/rezim>.  
<https://kbbi.web.id/bijak>.  
<https://kbbi.web.id/konsensus>.  
<https://kbbi.web.id/pengaruh>.  
[https://kbbi.web.id/warga\\_negara](https://kbbi.web.id/warga_negara).  
<https://kbbi.web.id/wewenang>.  
<https://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/ Acrobat/Political%20Communications%20encyclopedia2.pdf>.  
<https://www.merriam-webster.com/dictionary/regime>.  
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/regime?q=regime>.  
Ivony (2018). "13 Fungsi Komunikasi Politik dalam Pemerintahan," in [tps://pakarkomunikasi.com/fungsi-komunikasi-politik-dalam-pemerintahan](https://pakarkomunikasi.com/fungsi-komunikasi-politik-dalam-pemerintahan).  
Johnson, Doyle Paul (2008). "Conflict and Competition: Analytical Conflict Theories at the Macro Level", in *Contemporary Sociological Theory* (p. 367-395). in [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-0-387-76522-8\\_14](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-0-387-76522-8_14).  
"Kebijakan dan Pengambilan Keputusan Politik" (2017), in <https://www.padamu.net/kebijakan-dan-pengambilan-keputusan-politik>.  
Lee, Simon (2013). "Common good" (Encyclopedia Britannica), in <https://www.britannica.com/topic/common-good>.  
Lukmanto, Triyono (1996). "Kekuasaan Negara dan Struktur Ekonomi-Politik," in <https://core.ac.uk/download/pdf/11708206.pdf>.

- Maress, Bernadet (2018). "14 Pendekatan Psikologi dalam Perilaku Pemilih." in <https://dosenpsikologi.com/pendekatan-psikologi-dalam-perilaku-pemilih>.
- Mar'iyah, Chusnul (2020). "Konflik Politik: Kehidupan Kota dan Membangun Komunitas Demokrasi Lokal," in <https://simposiumjai.ui.ac.id/wp-content/uploads/20/2020/03/17.4.3-Chusnul-Mariyah.pdf>.
- Morris, Evan (2002). "The Word Detective," in <http://www.word-detective.com/112402.html>.
- Nitihisa (n.y). "Almond's Model: Structural Functionalism," in <https://www.politicalscience-notes.com/articles/almonds-model-structural-functionalism/735>.
- Norris, Pippa (2000). "A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies" (*Book Summary*). in [https://www.researchgate.net/publication/231382907\\_A\\_Virtuous\\_Circle\\_Political\\_Communications\\_in\\_Postindustrial\\_Societies](https://www.researchgate.net/publication/231382907_A_Virtuous_Circle_Political_Communications_in_Postindustrial_Societies). p. 1-22.
- Nugraha, Agung (2019). "Memahami Pemikiran George Simmel." in <https://medium.com/@agungnug/memahami-pemikiran-george-simmel-f0adfffc57a5>.
- Nur, Turiman Fachrurahman (2014). "Kebijakan Publik dalam Konsep Administrasi Negara," in [rajawaligarudapancasila.blogspot.com/2014/05/kebijakan-publik-dalam-konsep.html](http://rajawaligarudapancasila.blogspot.com/2014/05/kebijakan-publik-dalam-konsep.html).
- Patrick, John J. (2001). "The Concept of Citizenship in Education for Democracy," in <https://www.ericdigests.org/2000-1/democracy.html>.
- "Political System: Meaning and Characteristics of a Political System," in <https://www.politicalsciencenotes.com/articles/political-system-meaning-and-characteristics-of-a-political-system/356>.
- Prakosa, Adi (200). "Kajian Komunikasi Politik (KP 1)." in <http://adiprakosa.blogspot.com/2008/03/kajian-komunikasi-politik-1.html>.
- Prastowo, Justinus (2008). "Pemikiran Gramsci tentang Negara dan Civil Society (Bagian Kedua)," in <https://indoprogress.com/2008/07/pemikiran-gramsci-tentang-negara-dan-civil-society-2-selesai/>.
- Riadi, Muchlisin (2018). "Tujuan, Unsur dan Bentuk Komunikasi Politik," in <https://www.kajianpustaka.com/2018/10/tujuan-unsur-dan-bentuk-komunikasi-politik.html>.

- Riadi, Muchlisin (2018). "Pegertian, Fungsi, Jenis dan Strategi Retorika," in <https://www.kajianpustaka.com/2018/10/pengertian-fungsi-jenis-dan-strategi.html>.
- Sangaji, Anto (2011). "Manifesto Komunis dan Teori Negara," in <https://indoprogress.com/2011/07/manifesto-komunis-dan-teori-negara/>
- Shahreza, Mirza (2018). "Proses dan Elemen-elemen Komunikasi Politik," in <https://osf.io/preprints/inarxiv/9zh46/download>.
- Sistanto, Nugroho W. (2017). "Pemerintah Memiliki Kewenangan Melakukan Pengaturan," in <https://ketapangnews.com/2017/12/pemerintah-memiliki-kewenangan-melakukan-pengaturan/>
- "Sociological Paradigm #2: Conflict Theory," in <https://courses.lumenlearning.com/intro-to-sociology/chapter/conflict-theory/>
- Tumengkol, Selvie M. (2012). Teori Sosiologi Suatu Perspektif Tentang Teori Konflik dalam Masyarakat Industri (*Undergraduate Thesis*). in [http://repo.unsrat.ac.id/627/1/Karya\\_Ilmiyah\\_Tumengkol6.pdf](http://repo.unsrat.ac.id/627/1/Karya_Ilmiyah_Tumengkol6.pdf).
- Utama, Perandyta (2000). Ketentuan Hukum Kewarganegaraan Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2006 Tentang Kewarganegaraan (*Undergraduate Thesis*). in <http://repository.unair.ac.id/11674/>
- "What is politics?," in <https://www.open.edu/openlearn/society-politics-law/what-politics/content-section-2.1.4>.

### **BAB 3**

- Adiputra, Andika Vinianto, dkk. (2018). Literasi Komunikasi Politik Nonverbal Calon Pilkada Jawa Barat Bagi Siswa SMA Negeri Jatinangor. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 2, No. 3. p. 248-253.
- Bagus, Lorens (2000). *Kamus Filsafat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Bakry, Hasbullah (1978). *Sistematika Filsafat*. Jakarta: Wijaya.
- Basa'ad, Tazkiyah (2018). *Studi Dasar Filsafat*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bertens, Kees. *Etika* (1993). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Crateau, David dan William Hoynes (2006). *The Business of Media: Corporate Media and The Public Interest*. London: Pine Forge Press.
- Darmaputera, Eka (1993). *Etika Sederhana untuk Semua, Perkenalan Pertama*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.

- Darmodiharjo, Darji dan Shidarta (1995). *Pokok-Pokok Filsafat Hukum (Apa dan Bagaimana Filsafat Hukum Indonesia)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Daroeso, Bambang (1986). *Dasar dan Konsep Pendidikan Moral Pancasila*, Surabaya: Aneka Ilmu.
- Diana, Rashda, dkk. (2018). Etika Politik dalam Perspektif al-Mawardi. *Jurnal Tsawafah*, Vol. 14, No. 2, Edisi November. p. 363-384.
- Falimu (2017). Etika Komunikasi Pegawai Terhadap Pelayanan Penerbitan Pajak Bumi dan Bangunan. *Jurnal Komunikator*, Vol. 9, No. 1, Edisi Mei. p. 10-16.
- Graham, Gordon (2015). *Teori-Teori Etika*. Bandung: Penerbit Nusa Media.
- Gufron, Iffan Ahmad (2016). Menjadi Manusia Baik Dalam Perspektif Etika Keutamaan. *Jurnal Yaqzhan*, Vol. 2, No. 1, Edisi Juni. p. 99-112.
- Halik, Abdul (2017). Ekstensi Simbolik Aktivisme Komunikasi Politik (Refleksi Pertukaran Songkok Bone Jokowi dan Blangkon Jusuf Kalla Pada Sidang Tahunan MPR, 16 Agustus 2017). *Jurnal Komodifikasi*, Vol. 5, Edisi Juni. p. 1-14.
- Hardiman, F. Budi (2016). *Franz Magnis-Suseno Sosok dan Pemikirannya*. Jakarta: Kompas.
- Poedjawijatna, (1996). *Etika Filsafat Tingkah Laku*: Jakarta: Rineka Cipta.
- Haris, Aidil dan Asrinda Amalia (2018). Makna dan Simbol dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi). *Jurnal Risalah*, Vol. 29, No. 1, Edisi Juni. p. 16-19.
- Haryatmoko (2005). Penerimaan Pluralitas Agama sebagai Syarat Kemungkinan Etika Politik. *Jurnal Unisiano*, Vol. 58, No. 28. p. 365-380.
- Jenkins, Richard (2010). *Membaca Pemikiran Bourdieu*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Masyitoh, Iim Siti (2019). "Berbagai Aliran dan Teori Tentang Etika", in [http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/Jur.\\_Pend.\\_Kewarganegaraan/Dra.\\_Iim\\_Siti\\_Masyitoh/2C\\_M.Si/Pend\\_Nilai\\_dan\\_Moral/Handout/.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/Jur._Pend._Kewarganegaraan/Dra._Iim_Siti_Masyitoh/2C_M.Si/Pend_Nilai_dan_Moral/Handout/.pdf).
- McNair, Brian (2015). *Pengantar Komunikasi Politik*. Bandung: Nusamedia.
- Naupal (2014). Klaim Kebenaran Teologi dan Tuntutan Zaman: Refleksi Kritis atas Etika Beragama. *Kalam: Jurnal Studi Agama dan Pemikiran Islam*, Vol. 8, No. 2, Edisi Desember. p. 255-279.
- Ningtyas, Eka (2015). Pierre Bourdieu, *Language, and Symbolic Power*. *Jurnal Poetika*, Vol. 3, No. 2, Edisi Desember. p. 154-157.
- Noorsalim, Mashudi dan Muridan S. Widjojo (2004). *Bahasa Negara Versus Bahasa Gerakan Mahasiswa*. Jakarta: LIPI Press.

- Pawito (2009). *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Piliang, Amir Yasraf (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya dan Matinya Makna*. Bandung: Matahari.
- Saifuddin, Achmad Fedyani (2005). *Antropologi Kontemporer*. Kencana: Jakarta.
- Salam, Burhanudin (1997). *Etika Sosial: Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Simarmata, Salvatore (2014). Media Baru, Ruang Publik Baru, dan Transformasi Komunikasi Politik di Indonesia. *Interact*, Vol. 3, No. 2, Edisi November. p. 18-36.
- Soegiono dan Muis, Tamsil (2012). *Filsafat Pendidikan Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soemarno. AP., (2014). *Hakikat Komunikasi Politik Tinjauan Filosofis, Teoritis, Empiris dan Hakikat Feedback atau Respons*. (Modul Perkuliahan 1). Jakarta: Universitas Terbuka.
- Soenarjati, Moehadjir dan Cholisin (1989). *Konsep Dasar Pendidikan Moral Pancasila*. Yogyakarta: IKIP Yogyakarta.
- Sofyan, Nur (2014). Bahasa Sebagai Simbolisasi Mempertahankan Kekuasaan *Jurnal Interaksi*, Vol. 3, No. 1, Edisi Januari. p. 75-84.
- Sulistiyono, T. (1991). Pendidikan Nilai Untuk Sekolah Dasar. *Cakrawala Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan*. Edisi 2, Thn XI.
- Suriasumantri, Jujun S. (1982). *Filsafat Ilmu (Sebuah Pengantar Populer)*. Jakarta: PT Pancaranintan Indahgraha.
- Suseno, Franz Magnis (1987). *Etika Dasar: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suseno, Franz Magnis (2000). *13 Tokoh Etika Abad ke-20*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suseno, Franz-Magnis (1994). *Etika Politik, Prinsip-Prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Syahreza, Mirza dan Korry El-Yana (2016). *Etika Komunikasi Politik*. Tangerang: Indigo Media.
- Widjaja, A.W. (1985). *Kesadaran Hukum Manusia dan Masyarakat Pancasila*. Jakarta: Era Swasta.
- Widjaja. A.W (1997). *Etika Pemerintah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wilujeng, Sri Rahayu (2013). Filsafat, Etika dan Ilmu: Upaya Memahami Hakikat Ilmu dalam Konteks Keindonesiaan. *Humanika*, Vol. 17, No. 1. Edisi Januari. p. 79-90.

Zubair, Achmad Charris (1987). *Kuliah Etika*. Jakarta: Rajawali Pers.

#### Internet/Website

- Ahmad, Daniel (2019). "70 Tahun Novel 1984: Membaca Ulang Kritik Ideologi Orwellian" in <http://lsfcogito.org/70-tahun-novel-1984-membaca-ulang-kritik-ideologi-orwellian/>
- Arianto, Yogik (2013). "Hubungan Komunikasi Politik dan Media Massa" in [https://www.kompasiana.com/yogi\\_a/552c4b006ea834c24d8b4568/hubungan-komunikasi-politik-dan-media-massa](https://www.kompasiana.com/yogi_a/552c4b006ea834c24d8b4568/hubungan-komunikasi-politik-dan-media-massa).
- Azizah, Novi Nur (2016). "Pengertian Etika" in <http://eprints.walisongo.ac.id/6956/3/BAB%20II.pdf>.
- "Etika deontologis" in [https://id.wikipedia.org/wiki/Etika\\_deontologis](https://id.wikipedia.org/wiki/Etika_deontologis).
- "Etics Virtue" in <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-virtue/>
- "Etika komunikasi" in [https://id.wikipedia.org/wiki/Etika\\_komunikasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Etika_komunikasi).
- "ethics-philosophy" in <https://www.britannica.com/topic/ethics-philosophy>.
- "Etika" in <https://id.wikipedia.org/wiki/Etika>.
- "Etika politik" in [https://id.wikipedia.org/wiki/Etika\\_politik](https://id.wikipedia.org/wiki/Etika_politik).
- Fajri, Zul (2017). "Definisi Etika, Klasifikasi Etika, Prinsip Etika dalam Bisnis, Model Etika dalam Bisnis" in <http://zulfajrii96.blogspot.com/2017/03/definisi-etika-klasifikasi-etika.html>.
- Hutauruk, Judistian Pratama, dkk. (2010). "Etika Filosofis dan Etika Teologis" in <http://judistian.blogspot.com/2010/02/etika-filosofis-dan-etika-teologis.html>.
- Junie. Candra (2017). "Nilai Sosial dan Pembagiannya" in <https://www.candrajunie.com/2017/12/nilai-sosial-dan-pembagiannya.html>.
- Kriyantono, Rachmat (2014). "Manusia adalah Makhluk Bersimbol" in <http://rachmatkriyantono.lecture.ub.ac.id/files/2014/08/Manusia-adalah-Makhluk-Bersimbol.pdf>.
- Rahmat, Taufik H. (2012). "Etika Komunikasi dan Teori Tindakan Komunikatif" in <https://www.kompasiana.com/taurahida/551aabfc813311c9489de0bc/etika-komunikasi-dan-teori-tindakan-komunikatif?page=all>.
- Syahreza, Mirza (2018). "Etika Dalam Komunikasi Politik" in [https://www.researchgate.net/publication/325687428\\_Etika\\_Dalam\\_Komunikasi\\_Politik](https://www.researchgate.net/publication/325687428_Etika_Dalam_Komunikasi_Politik).
- "Teleologi" in <https://id.wikipedia.org/wiki/Teleologi>.
- "Utilitarianisme" in <https://id.wikipedia.org/wiki/Utilitarianisme>.



Yunas, Novy Setya (2016). "Makna Simbol dalam Politik (Studi Tentang Penggunaan Simbol Warna di Kabupaten Jombang Pasca Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2013)" in <http://repository.unair.ac.id/45994/>

## **BAB 4**

- Andarinus, Toni Pito dkk. (2006). *Mengenal Teori-Teori Politik dari Sistem Sampai Korupsi*. Bandung: Nusantara.
- Al Barry, M. Dahlan Yacub (2001). *Kamus Ilimiah Populer*. Surabaya: Penerbit Arkola.
- Amstrong, Gary dan Kotler, Philip (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Terjemahan. Jakarta, Prenhalindo.
- Andarinus, Toni Pito dkk. (2006). *Mengenal Teori-Teori Politik dari Sistem sampai Korupsi*. Bandung: Nusantara.
- Bell, David V.J. (1975). *Power, Influence, and Authority: An Essay in Political Linguistics*. New York: Oxford University Press.
- Cangara, Hafied (2011). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dermawan, Ferry (2018). Modalitas Visual Komunikasi Politik Iklan Pilkada Kota Bandung 2018. *Mediator: Jurnal Komunikasi Politik*, Vol. 11, No. 1. (Edisi Juni).
- Fatimah, Siti (2018). Kampanye Sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi*, Vol. 1, No.
- Hutagalung, Ucok Charly dan Riwinoto (2015). Perancangan Identitas Visual PT. Samudra Oceaneering. *Jurnal Integrasi*, Vol. 7, No. 2. p. 151-157.
- Irawanto, Budi (2004). Film Propaganda: Ikonografi Kekuasaan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 8, No. 1. (Edisi Juli). p. 1-16.
- Jaiz, Muhammad (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jefkins, Frank (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald (1992). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktek*. Malang, Universitas Brawijaya Press.
- Machfoedz, Mahmud (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- McArthur, Tom (ed.) (1992). *The Oxford Companion to the English Language*. Oxford & New York: Oxford University Press.
- Nasution, Zulkarimein (1994), *Perencanaan Program Komunikasi* (Modul Perkuliahan) Jakarta: Universitas Terbuka.

- Nimmo, Dan (2000). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nimmo Dan (2009). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pabottingi, Mochtar "Komunikasi Politik dan Transformasi Ilmu Politik," in Maswadi Rauf dan Mappa Nasrun (ed.) (1993). *Indonesia dan Komunikasi Politik*. Jakarta: Asosiasi Ilmu Politik Indonesia-PT. Gramedia Pustaka Utama. p. 45-69.
- Paisley, William J. Rice and Rice, Ronald E (1981). *Public Communication Campaign*. London: Sage. Publications.
- Perbawasari, S., dkk. (2014). "Pemberdayaan Komunikasi Visual Politik di Kalangan Pemilih Pemula Implementasi Ilmu Komunikasi dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Jawa Barat." *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, Vol. 3, No. 1. (Edisi Mei). p. 32-35.
- Putra, Afdal Makkuraga (2007). Emosionalitas dan Negativity dalam Iklan Politik Pilkada. *Jurnal Media Watch*, 31 Agustus.
- Santoso, Michella, dkk. (2018). Perancangan Kampanye Meningkatkan Awareness pada Olahraga Aeromodelling. *Jurnal DKV Adiwarna*, Vol. 1, No. 12. p. 1-10
- Sanyoto, Sadjiman Ebdil (2006). *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Shoelhi. Mohammad (2012). *Propaganda dalam Komunikasi Internasional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sumartono (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Rakhmat, Jalaluddin (2001). *Psikologi Komunikasi*. (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rahmat, Jalaluddin (2012). *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rocklage, Matthew D., Rucker, Derek D., and Nordgren, Loran F. (2018). Persuasion, Emotion, and Language: The Intent to Persuade Transforms Language via Emotionality. *Psychological Science*, Vol. 29, No. 5. p. 749 –760.
- Suryana, Asep (2019). *Komunikasi Persuasif* (Buku Materi Pokok). Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka.
- Tjiptono, Fandy (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Venus, Antar (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Wahid, Umaimah (2016). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Utama.

Dokumen

Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 35 Tahun 2004 tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

Internet/Website/Koran

Andre (2009). "Menimbang Kekuatan Iklan Politik," in <https://andrerahman.staff.uns.ac.id/2009/08/11/menimbang-kekuatan-iklan-politik/>

Arrianie, Lely (tt). "Komunikasi Politik," in <https://slideplayer.info/slide/12640429/>  
[https://en.m.wikipedia.org/wiki/Impromptu\\_speaking](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Impromptu_speaking).

<https://kbbi.web.id/kampanye>.

<http://victorystore.com/21-rules-for-winning-a-campaign>.

Indrayanti, Ratna (2018). "Perbedaan Kampanye Hitam dan Negatif Serta Hubungannya Terhadap Perilaku Pemilih Pada Pemilihan Presiden," <https://osf.io/preprints/inarxiv/vj83e/>

"Iklan" in <https://kbbi.web.id/iklan>.

"Iklan kampanye" in [https://id.wikipedia.org/wiki/Iklan\\_kampanye](https://id.wikipedia.org/wiki/Iklan_kampanye).

"Kampanye politik" in [https://id.wikipedia.org/wiki/Kampanye\\_politik](https://id.wikipedia.org/wiki/Kampanye_politik).

"KK Komunikasi Visual dan Multi Media," in <https://fsrd.itb.ac.id/kelompok-keahlian/komunikasi-visual-dan-multi-media/>

"Komunikasi persuasive" in [http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi\\_persuasif](http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_persuasif).

"Persuasi" in <https://id.wikipedia.org/wiki/Persuasi>.

"Persuasi Politik," in [https://repository.unikom.ac.id/31911/1/persuasi%20politik%20\\_7\\_.pdf](https://repository.unikom.ac.id/31911/1/persuasi%20politik%20_7_.pdf).

"Retorika" in <https://id.wikipedia.org/wiki/Retorika>.

"Sejarah Kampanye," in <https://dokumen.tips/documents/sejarah-dan-makna-kampanye-print.html>.

"The Origins of Modern Campaigning 1860-1932" (n.y), in <http://www.roosevelthouse.hunter.cuny.edu/seehowtheyran/portfolios/origins-of-modern-campaigning/>

Tinarbuko, Sumbo. "Penanda Visual Peserta Pemilu," *Kompas*, 20 Februari 2020.

Tinarbuko, Sumbo (2019). "Limbah Visual Kampanye Pemilu," in <https://sumbo.wordpress.com/2019/03/27/limbah-visual-kampanye-pemilu/>

Yesica, Chelsy (2016). Pesan Komunikasi Politik. Slide Perkuliahan (Materi 4). in <https://www.slideshare.net/Sekarlarasati7/pesan-komunikasi-politik>.  
Yulianti, T. "Iklan Politik di Televisi," *Kompas*, 15 Maret 2004.

## **BAB 5**

- Abdulkarim, Aim (2007). *Pendidikan Kewarganegaraan: Membangun Warga Negara yang Demokratis*. Jakarta: PT Grafindo Media Pratama.
- Aspinall, Edward (2000) *Titik Tolak Reformasi: Hari-hari Terakhir Presiden Soeharto*. Yogyakarta: LkiS.
- Asshiddiqie, Jimly (2008). *Menuju Negara Hukum yang Demokratis*. Jakarta: Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan, Mahkamah Konstitusi RI.
- Asshiddiqie, Jimly (2011). *Hukum Tata Negara dan Pilar-Pilar Demokrasi*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Azra, Azyumardi (2006). *Demokrasi, HAM, dan Masyarakat Madani*. Jakarta: ICCE UIN Syarif Hidayatullah.
- Budiyanto. (2007). *Pendidikan Kewarganegaraan untuk SMA Kelas XI*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Curran, James (2002). *Media and Power*. London: Routledge.
- Dahlan, M. Alwi (1999). *Perkembangan Komunikasi Politik Sebagai Bidang Kajian*. Universitas Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik* No. 6. Jakarta: Kerjasama AIPI, LIPI, PT. Gramedia Pustaka.
- Hakim, Abdul Aziz (2011). *Negara Hukum dan Demokrasi di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hara, Abubakar E. (2000). Pendekatan-Pendekatan dalam Studi Demokrasi di Asia Tenggara dan Relevansinya Untuk Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, Vol. 4, No. 1. p. 1-16.
- Hatta, Mohammad (1998). "Indonesia Merdeka" dalam *Karya Lengkap Bung Hatta: Kebangsaan dan Kerakyatan* (Buku I). Jakarta: LP3ES.
- Hikam, Muhammad A.S., (1999). *Demokrasi dan Civil Society*. Jakarta: LP3ES.
- Holik, Idham (2005). *Komunikasi Politik dan Demokratisasi di Indonesia: Dari Konsolidasi Menuju Pematangan*. *Jurnal Madani*, Vol. 2, Edisi November. 56-74.
- Huntington, Samuel P (1995). *Gelombang Demokratisasi Ketiga*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

- Kristanto, Tri Agung (Editor) (2010). *Pikiran dan Gagasan Adnan Buyung Nasution: Demokrasi Konstitusional*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Kristeva, Nur Sayid Santoso (2015). *Manifesto Wacana Kiri*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Latif, Yudi (2011). *Negara Paripurna. Historisitas, Rasionalitas dan Aktualitas Pancasila*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Launa (2020a). "Perkembangan Pemikiran Demokrasi (II)." Materi Kuliah Teori-teori Demokrasi. Program Studi Ilmu Politik, FISIP-UBK.
- Launa (2020b). "Perkembangan Pemikiran Demokrasi (III)." Materi Kuliah Teori-teori Demokrasi. Program Studi Ilmu Politik, FISIP-UBK.
- Ling, L.H.M, dan Chih-yu Shih, (1998). Confucianism with a Liberal Face: The Meaning of Democratic Politics in Postcolonial Taiwan. *The Review of Politics*, Vol. 60, No. 1. p. 55-82.
- McNair, Brian (2003). *An Introduction to Political Communication*. London and New York: Routledge.
- Muhtadi, A.S. (2008) Komunikasi Politik Indonesia: Dinamika Islam Politik Pasca-Orde Baru. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Heru (2012). Demokrasi dan Demokratisasi: Sebuah Kerangka Konseptual Untuk Memahami Dinamika Sosial-Politik di Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol. 1, No. 1. p. 1-15.
- Rauf, Maswadi, "Komunikasi Politik: Masalah Sebuah Bidang Kajian dalam Ilmu Politik," in Maswadi Rauf dan Mappa Nasrun, ed. (1993). *Indonesia dan Komunikasi Politik*. Jakarta: ALPI-PT. Gramedia Pustaka Utama. p. 19-44.
- Ristina, Septilina Ninis (2011). *Hubungan Antara Pemahaman Demokrasi dan Budaya Demokrasi dengan Sikap Demokrasi*. Surakarta: Universitas Surakarta.
- Santoso, Purwo (2009). "Kekuasaan, Kesejahteraan, dan Demokrasi." Makalah yang disampaikan dalam Seminar Intensive Course and Training on Human Right-Based Democracy, 13-18 Desember 2009, Yogyakarta.
- Simarmata, Salvatore (2014). Media Baru, Ruang Publik Baru, dan Transformasi Komunikasi Politik di Indonesia. *Interact*, Vol. 3 No. 2, Edisi November. p. 18-36.
- Sorensen, George (2003). *Demokrasi dan Demokratisasi (Proses dan Prospek dalam Sebuah Dunia yang Sedang Berubah)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suharso. 2000. "Quo Vadis Demokrasi Indonesia" in Mahfud M.D. (Eds), *Wacana Politik, Hukum dan Demokrasi*. Yogyakarta: LKiS.

- Sulaiman, Adhi Iman (2013). Komunikasi Politik dalam Demokratisasi. *Jurnal Observasi*, Vol. 11, No. 2. p. 119-132.
- Sumodiningrat, Gunawan dan Agustian, Ary Ginanjar (2008). *Mencintai Bangsa dan Negara Pegangan dalam Hidup Berbangsa dan Bernegara di Indonesia*. Bogor: PT. Sarana Komunikasi Utama.
- Tornquist, Olle & Nicolaas Warouw (2009). *Memahami Demokrasi: Beberapa Catatan Pendahuluan tentang Konsep dan Metode dalam Demokrasi di Atas Pasir*. Jakarta: Demos.
- Urofsky, Melvin I. (2002). *Prinsip-Prinsip Dasar Demokrasi dalam Politik, Demokrasi, dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Galang Press.
- Agustam (2012). Konsepsi dan Implementasi Demokrasi Pancasila dalam Sistem Perpolitikan di Indoensia. *Jurnal TAPIS*, Vol. 7, No. 12, Edisi Januari-Juli. p. 79-97.
- Internet/Website
- "Demokrasi" in <https://id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi>.
- "Demokrasi" in <https://kbbi.web.id/demokrasi>.
- "Demokrasi Pancasila" in [https://id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi\\_Pancasila](https://id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi_Pancasila).
- "Kelebihan dan Kekurangan Sistem Demokrasi Terpimpin" in <https://jurnaldemokrasi.wordpress.com/2018/04/01/kelebihan-dan-kekurangan-sistem-demokrasi-terpimpin/>
- "Kilas Balik Reformasi Indonesia: Dari Habibie Hingga Megawati" (2019), in <https://www.matamatapolitik.com/analisis-reformasi-tantangan-dan-perubahan-baru-untuk-indonesia/>
- "Media dan Komunikasi Politik dalam Demokrasi" in [https://atmajaya.ac.id/web/Konten\\_Fakultas.aspx?gid=berita-fakultas&ou=fiabikom&cid=Media-dan-Komunikasi-Politik-dalam-Demokrasi](https://atmajaya.ac.id/web/Konten_Fakultas.aspx?gid=berita-fakultas&ou=fiabikom&cid=Media-dan-Komunikasi-Politik-dalam-Demokrasi).
- Nailufar, Nibras Nada (2020). <https://www.kompas.com/skola/read/2020/03/09/100000169/periode-demokrasi-indonesia-karakteristik-dan-peralihannya>.
- Nurhadi, Wahyu (2020). *Gelombang Demokratisasi Ketiga* (Review Essay), in [https://www.researchgate.net/publication/343360577\\_Gelombang\\_Demokratisasi\\_Ketiga](https://www.researchgate.net/publication/343360577_Gelombang_Demokratisasi_Ketiga).
- Rajamani, Gunaselvi (tt). "Ciri-ciri Demokrasi," in [https://www.academia.edu/16833566/CIRI\\_ciri\\_demokrasi](https://www.academia.edu/16833566/CIRI_ciri_demokrasi).
- Sulisworo, Dwi dkk. (2012). "Demokrasi" in [http://eprints.uad.ac.id/9437/1/Demokrasi\\_dwi.pdf](http://eprints.uad.ac.id/9437/1/Demokrasi_dwi.pdf).

- Welianto, Ari (2020). "Penyimpangan terhadap Pancasila pada Masa Orde Baru" in <https://www.kompas.com/skola/read/2020/08/25/153000169/penyimpangan-terhadap-pancasila-pada-masa-orde-baru?page=all>.
- Wrihatnolo, Rendy R. dan Nugroho, Riant D. (2009). "Demokrasi Bagi Negara-Negara Berkembang" in [https://www.bappenas.go.id/files/3213/5028/6740/02mustopadidjaja\\_\\_20091014125643\\_\\_2248\\_\\_0.pdf](https://www.bappenas.go.id/files/3213/5028/6740/02mustopadidjaja__20091014125643__2248__0.pdf).

## BAB 6

- Abar, Akhmad Zaini (1995). *1966-1974: Kisah Pers Indonesia*. Yogyakarta: LKiS.
- Aminah, Siti (2006). *Politik Media, Demokrasi dan Media Politik, Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, Vol. 19, No. 3. p. 35-46.
- Arindita, Ruvira (2019). Tahapan Perilaku Aktor Jaringan Komunikasi Pada Sosialisasi Isu *Bullying*. *Jurnal Komunikasi Global*, Vol. 8, No. 2. p. 213-239.
- CIPG (2015). "Tentang Media dan Demokrasi" Seri 4 rangkaian modul CREAME (*Critical Research Methodology*). Jakarta: Center for Innovation Policy and Governance (CIPG).
- Cook, Timothy E. (1998). *Governing with the News: the News Media as a Political Institution*. Chicago: Chicago University Press.
- Flew, Terry (2002). *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Gazali, Effendi (2004). Interaksi Politik dan Media: Dari Komunikasi Politik ke Politik Komunikasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 8, No. 1, Edisi Juli. p. 53-74.
- Gidens, Anthony (2000). *The Third Way: Jalan Ketiga Pembaharuan Demokrasi Sosial*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hamad, Ibnu (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-berita Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Hidayat D.N., dkk (Editor) (2000). *Pers dalam Revolusi Mei: Runtuhnya sebuah Hegemoni*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hajad, Vellayati (2016). Media dan Politik (Mencari Independensi Media dalam Pemberitaan Politik). *Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 2. p. 1-10.
- Jati, Wasisto Raharjo (2013). Politik Persuasif Media: Peran Media dalam Pemilu Presiden Indonesia 2001-2009. *Jurnal Penelitian Politik*, Vol. 10, No. 2, Edisi Desember. p. 15-30.
- Kadarsih, Restiana (2008). Demokrasi dalam Ruang Publik; Sebuah Pemikiran Ulang Untuk Media Massa di Indonesia. *Jurnal Dakwah*, Vol. 9, No. 1, Edisi Januari-Juni.

- Liddle, R. William (2012). "Marx atau Machiavelli?: Menuju Demokrasi Bermutu di Indonesia dan Amerika," in Ihsan Ali-Fauzi dan Samsu Rizal Panggabean (Editor). *Memperbaiki Mutu Demokrasi di Indonesia: Sebuah Perdebatan*. Jakarta: PUSAD-Yayasan Wakaf Paramadina-The Asia Foundation.
- McChesney, Robert (1998). *Konglomerasi Media Massa dan Ancaman Terhadap Demokrasi*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen.
- Ngadino, Agus (2010). *Pergeseran Relasi Negara dan Media Massa dalam Kerangka Demokrasi*. *Jurnal Simbur Cahaya*, Tahun XV, No. 43, Edisi September. p. 1-22.
- Oktavianti, R. (2016). Jaringan Aktor dalam Jaringan Komunikasi Termediasi Teknologi (Studi Kasus Pengumpulan Berita Komunitas Jurnalis Kepresidenan Republik Indonesia. (Thesis). Jakarta: Universitas Indonesia. (TESIS S2 UI).
- Panuju, Redi (2002). *Relasi Negara, Media Massa dan Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rivers, William L. (2008). *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana.
- Sommerville, C. John (2000). *Masyarakat Pandir atau Masyarakat Informasi: Pembodohan di Tengah Masyarakat Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Susanto, Eko Harry (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3, No. 3, Edisi Juli. p. 379-398.
- Suwirta, Andi (1980). Dinamika Kehidupan Pers di Indonesia pada Tahun 1950–1965: Antara Kebebasan dan Tanggung Jawab Nasional. *Sosiohumanika*, Vol. 1, No. 2. p. 47-85.
- Syam, Nia Kurniati (2006). Sistem Media Massa Indonesia di Era Reformasi: Perspektif Teori Normatif Media Massa. *Jurnal Mediator*, Vol. 7, No.1, Edisi Juni. p. 71-76.
- Towner, Terri L. (2013). All Political Participation is Socially Networked? New Media and the 2012 Election. *Social Science Computer Review*, Vol. 31, No. 5. p. 527-541.
- Wahyuni, Hermin Indah (2000). Relasi Media, Negara, Masyarakat dan Pasar dalam Era Reformasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 4, No. 2, Edisi September. p. 197-220.
- Wahyuni, Hermin Indah (2007). Politik Media dalam Transisi Politik: Dari Kontrol Negara Menuju *Self-Regulation Mechanism*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4, No. 1. Edisi Juni. p. 11-24.
- Internet/Website



- Alatas, Salim (2014). "Media Baru, Partisipasi Politik dan Kualitas Demokrasi," [https://www.academia.edu/6433955/Media\\_Baru\\_Partisipasi\\_Politik\\_dan\\_Kualitas\\_Demokrasi](https://www.academia.edu/6433955/Media_Baru_Partisipasi_Politik_dan_Kualitas_Demokrasi).
- Basri, Faisal (2017). "Meningkatkan Kualitas Demokrasi," in <https://faisalbasri.com/2017/04/17/meningkatkan-kualitas-demokrasi/>
- Dhani, Rendro (2018). "The Political Economy of the Mass Media" in <https://slideplayer.info/slide/13042139/>
- "Independen" in <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/independen>.
- "Industri Media Tetap Optimis" (2017) in <http://industri.bisnis.com/read/20170713/12/671171/industri-media-bisnis-indonesia-tetap-optimistis>.
- Iqbal, Tengku Muhammad Dhani (2006). "Media Politik atau Politik Media: Sebuah Keniscayaan" in <https://tengkuadhaniiqbal.wordpress.com/2006/08/04/media-politik-atau-politik-media-sebuah-keniscayaan/>
- Ishadi SK (2019). "Deregulasi Media dari Masa ke Masa," in <https://news.detik.com/kolom/d-4682330/deregulasi-media-dari-masa-ke-masa>.
- "Kemerdekaan Pers dan Perlindungan Wartawan," in <https://dewanpers.or.id/berita/detail/965/Kemerdekaan-Pers-dan-Perlindungan-Wartawan>.
- Litbang Kompas (2015). "Media Sosial Penggerak Aktif Isu Publik," in <http://nasional.kompas.com/read/2015/10/26/15010071/Media.Sosial.Penggerak.Aktif.Isu.Publik?page=2>.
- "Maklumat 3 November 1945" in [https://id.wikipedia.org/wiki/Maklumat\\_3\\_November\\_1945](https://id.wikipedia.org/wiki/Maklumat_3_November_1945).
- "Otonom" in <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/otonom>.
- "Pembredelan" in <https://id.wikipedia.org/wiki/Pembredelan>.
- Poti, Jamhur (2016). "Demokratisasi Media Massa, Relasi Kuasa Negara Masyarakat dan Pemilik Media: Kajian Terhadap Peran Komisi Penyiaran Indonesia," in <http://repository.umrah.ac.id/86/1/JURNAL%20JP%202016.pdf>.
- "Regulasi media" in [https://id.wikipedia.org/wiki/Regulasi\\_media](https://id.wikipedia.org/wiki/Regulasi_media).
- Rohim, Asep (tt). "Perkembangan Pers Pada Masa Orde Lama," in [https://www.academia.edu/18784416/Perkembangan\\_Pers\\_Pada\\_Masa\\_Orde\\_Lama](https://www.academia.edu/18784416/Perkembangan_Pers_Pada_Masa_Orde_Lama).
- Thea DA., Ady (2018). "7 Peraturan yang Dinilai Tak Selaras Amanat Reformasi," in <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5af565543ca7c/7-peraturan-yang-dinilai-tak-selaras-amanat-reformasi/>



## PENYUNTING/ EDITOR



**LAUNA, Drs., MM., M.Si.**, adalah pengajar Ilmu Politik dan Ilmu Komunikasi di beberapa PTS Jakarta (Universitas Bung Karno, Universitas Sahid, dan Universitas Satya Negara Indonesia; dengan jabatan akademik Lektor/III.d). Penyunting lahir di Jakarta pada 28 Agustus 1971. Menamatkan studi S1 di Jurusan Ilmu Politik FISIP UNTAG Jakarta (1995), S2 Manajemen SDM pada PPs STIE IPWI Jakarta (1998),

*Extention Course* pada Program Filsafat Sosial, Sekolah Tinggi Filsafat

Sekolah Tinggi Filsafat (STF) Driyarkara selama 2 Semester (2016/2017, bersertifikat), dan S2 Komunikasi (bidang peminatan Komunikasi Politik) pada PPs Universitas Jayabaya (2018).

Disamping mengajar, penyunting juga pernah aktif sebagai Project Officer pada *Asian Labor Network on International Financial Institutions* (ALNI) Indonesia, Sekretaris Eksekutif pada *Institute for Social Empowering and Development* (INSTEAD), Pengurus Yayasan Indonesia Kita; Staf Redaksi *Jurnal Sosial Demokrasi*, dan peneliti pada Pusat Pengkajian Ekonomi dan Pembangunan Daerah (PUSPENDA).

Penyunting adalah kontributor Buku Bunga Rampai berjudul: “*Mba Mega Saya Ikut Sampeyan*” (diterbitkan oleh Yayasan Lingkaran Studi Jurnalistik tahun 1993—ISBN: 979-95720-0-2). Menulis puluhan artikel ilmiah dan populer di Jurnal dan Majalah Ilmiah terakreditasi, antara lain: *Majalah Ilmiah Widya*, *Jurnal Progresif*, *Jurnal Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, *Jurnal Universitas Bung Karno*, *Jurnal ALNI Indonesia*, *Jurnal Sosial Demokrasi*, *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* (JSKM), *Jurnal Oratio Directa*, *Jurnal Penelitian Komunikasi* (JPK), *Jurnal Media dan Komunikasi* (DIAKOM), *Jurnal Penelitian Komunikasi & Opini Publik* (JPKOP), dan *Majalah Ilmiah Komunikasi Massa*.

Penyunting juga menulis lebih dari 200 artikel populer di berbagai media massa cetak (koran, majalah, dan tabloid), antara lain: Majalah Mahasiswa *Circa Partia* dan Tabloid *Hakekat* (LPM UNTAG Jakarta), Majalah Mahasiswa *Didaktika* (LPM IKIP Jakarta), Majalah Mahasiswa *Abdi Praja* (STPDN), Majalah Mahasiswa *Marhaen* (LPM UBK), Mingguan *Simponi*, Mingguan *Jurnal Suara Metro*, Tabloid *Tunas Bangsa*, Tabloid *Aksi*, Tabloid *Transparancy*, Tabloid *Kerja*, Majalah Ilmiah *Usahawan* (diterbitkan oleh LPEM-UI), Majalah Berita Mingguan *Trust*, MBM *Sindoweekly*, MBM *Forum Keadilan*, MBM *Garda*, Majalah Berita Bulanan *Transportasi*, dan MBB *Konstan*. Di koran cetak, penyunting juga aktif menulis di *Harian Umum Merdeka*, *HU Seputar Indonesia*, *HU Media Indonesia*, *HU Suara Karya*, *HU Suara Pembaruan*, *HU Bisnis Indonesia*, *HU Sinar Harapan*, *HU Mandiri*, *HU Indo Pos*, *HU Pelita*, *HU Investor Daily*, *Harian Umum Daerah Kedaulatan Rakyat*, *HUD Lampung Post*, *HUD Waspada*, *HUD Analisa*, *HUD Medan Bisnis*, *HUD Radar Tanggamus*, *HUD Jambi Ekspres*, *HUD Banjarmasin Post*, *HUD Pontianak Post*, *HUD Fajar*, *HUD Kendari Ekspres*, *HUD Pikiran Rakyat*, dan *HUD Radar Banten*. Di media elektronik, penyunting juga sempat menulis di Portal Berita Online *Kompasiana.com*, *DetikNews.com*, *Investordaily.com*, *Kabarindonesia.com*, *Samudranews.com*, *Arterinews.com*, dan *Timesindonesia.com*.



## RIWAYAT HIDUP PENELITI



**E**dison Bonar Tua, lahir di Jakarta, 9 Januari 1967. Dibesarkan oleh ayah Kol (Purn) dr. Trianus Hutapea dan ibu (alm) Bertha Hutasoit. Masa sekolah tingkat atas dihabiskan di dua kota, SMAN 3 (1984) Jakarta, dan SMAN 5 (1986) Bandung.

Ia memperoleh gelar Drs, dari Jurusan Humas, Fakultas Ilmu Komunikasi, Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (1992) Jakarta. Gelar M.Si. diselesaikan di Fikom Universitas Padjadjaran (2007) Bandung, dan melanjutkan program Doktor Fikom di kampus yang sama, tamat pada tahun 2013.

Mengajar di beberapa perguruan tinggi swasta, UNTAG Jakarta (1994-2000), USNI Jakarta (2000-2005), UMT (2005-2008), LP31 Bandung (2007-2008), Fisip dan FH UBK (2000-sekarang). Sebagai Sekjur Ilmu Komunikasi Fisip UNTAG (1996-1999). Ketua Pogram Studi Ilmu Komunikasi Fisip UBK (2001-2005). Pada tahun 2013-2015 dipercaya menjabat sebagai Dekan Fisip USNI Jakarta. Ditahun 2015-2016 menjadi Dosen Tetap Prodi Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Bunda Mulia, Jakarta. Tahun 2016 dipercaya menjadi Kaprodi Ilmu Komunikasi Fisip UBK sampai sekarang.

Tulisan, Penerapan Kepemimpinan Pancasila di Perguruan Tinggi, majalah Widya Kopertis III, 1996. Public Relations sebagai Fungsi Manajemen, majalah Widya Kopertis III, 2001. Sosok Guru Yang Diharapkan (hakekat pendidikan), majalah Derap Sengketa, 2006. Tayangan Iklan Layanan Masyarakat dalam Sosialisasi Anti Narkoba Pada Masyarakat Betawi, majalah Forum Ilmiah Unija, September 2009. Perilaku Penggunaan Teknologi *Wireless Fidelity (Wi-Fi)* dalam pencarian informasi di internet. Juga menulis di jurnal Fisip USNI tahun 2014, jurnal Bricolage Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia pada tahun 2015 - 2016, dan menulis di jurnal online Oratio Directa yang diterbitkan Prodi Ilmu Komunikasi UBK pada tahun 2016 - 2017.

Riset dan Seminar, Ketua penelitian tim Fisip UBK tentang fenomena dunia narkoba pada remaja di DKI Jakarta, 2009. Penelitian individu, tentang Sosialisasi antinarkoba (studi kasus tayangan iklan layanan masyarakat antinarkoba di televisi), tahun 2007. Penelitian individu, tentang Perilaku Penggunaan Teknologi *Wireless Fidelity (Wi-Fi)* dalam Pencarian Informasi di Internet, tahun 2009. Pembicara dalam seminar *Public Relations* dalam Menangani Krisis Perusahaan di LP3I Bandung, 2008. Nara sumber dalam seminar sehari tentang Pemberantasan Narkoba di Jakarta oleh BNN Februari 2013, Jakarta. Penelitian tentang Makna simbol komunitas pemakai narkoba di DKI Jakarta, tahun 2011-2013.

