**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

* 1. **Kajian Literatur**
     1. **Review Penelitian Sejenis**

Penelitian ini sebagai referensi dan acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Bagian ini sebagai proses peneliti untuk membuat perbandingan penelitian yang peneliti lakukan terhadap penelitian-penelitian lain yang telah ada. Peneliti melakukan beberapa perbandingan review penelitian sjenis agar peneliti dapat menyimpulkan teori yang akan digunakan dalam pengerjaan skripsi ini . Disini peneliti mendapatakan beberapa penelitian sejenis, yaitu :

* 1. Muhamad Rosit, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik departemen ilmu komunikasi kekhususan manajemen komunikasi politik Universitas Indonesia, strategi komunikasi politik dalam pilkada studi kasus pemenangan pasangan kandidat ratu atut dan rano karno pada pilkada banten 2011. Tujuan penelitian Untuk mengetahui dan menganalisa strategi komunikasi politik yang dilakukan pasangan Ratu Atut Chosiyah dan Rano Karno untuk mendapatkan dukungan dalam Pilkada Banten 2011, untuk mengetahui dan menganalisa apakah langkah-langkah yang dilakukan tim sukses koalisi partai dan organisasi-organisasi yang menjadi alat pemenangan pasangan Ratu Atut Chosiyah dan Rano Karno pada Pilkada Banten 2011 dan untuk mengetahui dan menganalisa strategi komunikasi politik yang dilakukan partai pengusung dan partai pendukung yang terwadahi dalam tim sukses koalisi partai dan tim relawan dalam proses pemenangan Ratu Atut Chosiyah dan Rano Karno sebagai gubernur dan wakil gubernur Provinsi Banten periode 2012-2017.
  2. Fadly Jamil, Ilmu komunikasi fakultas dakwah dan komunikasi UIN Alauddin Makassar, Strategi Komunikasi Politik Pilkada Gowa 2015 (Studi Kasus Kemenangan Adnan Purichta Ichsan Yasin Limpo S.H Dan H Abd Rauf Malaganni, S.Sos.,M.Si). Tujuan Penelitian untuk mengetahui pola penentuan strategi komunikasi politik kemenangan Adnan Purictha Ichsan Yasin Limpo., S.H dan H. Abdul Rauf Malaganni., S.Sos., M.Si di pilkada Kabupaten Gowa 2015. Dan untuk mengetahui bentuk penerapan strategi komunikasi politik kemenangan Adnan Purictha Ichsan Yasin Limpo, S.H dan H. Abdul Rauf Malganni. S.Sos., M.Si di pilkada Kabupaten Gowa 2015.
  3. Zahlul Armi, Fakultas dakwah dan komunikasi universitas islam negeri ar-raniry banda aceh, strategi komunikasi politik pasangan calon walikota banda aceh pada pilkada 2017 (studi pada tim pemenangan aminullah usman dan zainal arifin). Tujuan Penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang dijalankan tim pemenangan pasangan calon walikota Aminullah Usman dan Zainal Arifin, dan untuk mengetahui faktor penghambat dan peluang proses komunikasi politik yang dijalankan tim pemenangan pasangan calon walikota Aminullah Usman dan Zainal Arifin.

Dengan demikian peneliti dapat kesimpulan untuk mendapatkan teori yang akan digunakam. Untuk lebih jelasnya peneliti membuat tabel matriks penelitian terdahulu sebagai berikut :

**Tabel 2.1**

**Matriks Review Penelitian Sejenis**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nama dan**  **Judul Penelitian** | **Metode**  **Penelitian** | **Persamaan** | **Perbedaan** |
| Muhamad Rosit, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik departemen ilmu komunikasi kekhususan manajemen komunikasi politik Universitas Indonesia, strategi komunikasi politik dalam pilkada studi kasus pemenangan pasangan kandidat ratu atut dan rano karno pada pilkada banten 2011.  Fadly Jamil, Ilmu komunikasi fakultas dakwah dan komunikasi UIN Alauddin Makassar, Strategi Komunikasi Politik Pilkada Gowa 2015 (Studi Kasus Kemenangan Adnan Purichta Ichsan Yasin Limpo S.H Dan H Abd Rauf Malaganni, S.Sos.,M.Si).  Zahlul Armi, Fakultas dakwah dan komunikasi universitas islam negeri ar-raniry banda aceh, strategi komunikasi politik pasangan calon walikota banda aceh pada pilkada 2017 (studi pada tim pemenangan aminullah usman dan zainal arifin). | Kualitatif  Kualitatif  Kualitatif | Menggunakan metode Penelitian yang sama.  Menggunakan metode Penelitian yang sama.  Menggunakan metode Penelitian yang sama. | Perbedaan dalam penelitian ini adalah subjek dalam penelitian ini yang membahas tentang strategi komunikasi politik dalam pilkada studi kasus pemenangan pasangan kandidat ratu atut dan rano karno pada pilkada banten 2011.  Perbedaan dalam penelitian ini adalah subjek dalam penelitian ini yang membahas tentang Strategi Komunikasi Politik Pilkada Gowa 2015 (Studi Kasus Kemenangan Adnan Purichta Ichsan Yasin Limpo S.H Dan H Abd Rauf Malaganni, S.Sos.,M.Si).  Perbedaan dalam penelitian ini adalah subjek dalam penelitian ini yang membahas tentang strategi komunikasi politik pasangan calon walikota banda aceh pada pilkada 2017 (studi pada tim pemenangan aminullah usman dan zainal arifin). |

**2.2 Kerangka Konseptual**

**2.2.1 Strategi**

**2.2.1.1 Pengertian Strategi**

Kata strategi berasal dari bahasa yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata strategos yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep miiter yang bisa diartikan sebagai seni perang para jendral (*the art of general*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memerangkan peperagan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mengerjakannya. (Hafied,2013: 60)

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut; strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya. (Effendy, 2003: 301 )

Strategi menurut Arnold Steinberg dalam buku pito Andrianus adalah rencana untuk tindakan, penyusunan dan pelaksanaan strategi mempengaruhi sukses atau gagalnya strategi pada akhirnya. Menurut Carl Von Clausewitz perbedaan antara taktik dan strategi adalah taktik seni menggunakan kekuatan bersenjata dalam pertempuran untuk memenangkan peperangan dan tujuan mencapai perdamaian. Rencana jangka pendek tersebut adalah strategi. Dalam strategi ini tujuan jangka pendek mencapai melalui taktik. Namun tanpa strategi, taktik tidak ada gunanya. Jadi strategi adalah rencana untuk tindakan. Sedangkan penyusunan dan pelaksanaan strategi memengaruhi sukses atau gagalnya strategi pada akhirnya. (Toni Andrianus Pito, Dkk, 2006. Hal 196 – 197).

Dalam merumuskan strategi, Sun Tzu menjelaskan bahwa dalam pemilihan strategi harus ada hal-hal tertentu yang diprioritaskan. Selanjutnya ia berpendapat bentuk yang terbaik dalam memimpin perang adalah menyerang strategi lawan, yang terbaik kedua adalah mengahancurkan aliansi lawan; yang paling buruk adalah menduduki kota-kota yang dibentengi lawan. (Varma SP, 2010:150). Menurut Peter Schrorder, untuk dapat menyerang lawan maka strategi lawan tersebut harus dikenali terlebih dahulu, oleh karena itu pengenalan atas pihak lawan sangatlah penting. Jika tidak, pelaku politik tidak akan dapat mengenali lawan.

Menurut Onong Uchjana Effendy (1984 : 35), intinya strategi adalah perencanaan atau planning dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional. Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif.

**2.2.1.2 Jenis-Jenis Strategi**

Dalam memilih, menurut Peter Schrorder dalam buku Toni Andrianus, pola dasar strategi yang diperlukan harus kita kenali agar dapat menetapkan pilihan yang tepat dalam setiap pola dasar, ada sederetan strategi tunggal dimana pilihan khusus mengenai kerangka persyaratan tergantung pada citra yang diinginkan dan tujuantujuan organisasi. Pada dasarnya strategi dibagi lagi menjadi strategi ofensif dan strategi defensif. (Toni Andrianus Pito dkk, 2006 : 210-2013)

Dapat dipilih lebih dari satu strategi dengan tingkat resiko yang berbeda. Terdapat empat pilihan strategi berikut :

1. Strategi penguatan *Reinforment strategy*. Strategi ini dapat digunakan untuk sebuah kontestan yang telah dipilih karena mempunyai citra tertentu dan citra tersebut dibuktikan oleh kinerja politik selama mengembangkan jabatan politik tertentu.

2. Rasionalisasi *rationalization strategy*. Strategi ini dilakukan kepada kelompok pemilih yang sebelum telah memilih kontestan tertentu yang disukai pemilih akan tetapi kinerjanya kemudian tidak sesuai dengan citra tersebut. Strategi rasionalisasi ini dilakukan untuk mengubah sikap pemilih dan harus dilakukan secara hati-hati.

3. Strategi bujukan *Inducement strategy*. Strategi ini dapat diterapkan oleh kandidat yang dipersepsikan memliki citra tertentu tapi juga memiliki kinerja atau atribut – atribut yang cocok dengan citra lainnya.

4. Strategi konfrontasi *Confrontation strategy*. Strategi ini diterapkan kepada para pemilih yang telah memilih kontestan dengan citra tertentu yang dianggap tidak cocok oleh pemilih dan kemudian kontestan tersebut tidak menghasilkan kinerja yang memuaskan pemilih (Toni Andrianus Pito dkk, 2006 : 210 – 213).

**2.2.2 Komunikasi**

**2.2.2.1 Pengertian komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris, *Communication* berasal dari kata Latin *communicatio,* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain (Effendy, 1995: 9).

Fenomena komunikasi adalah fenomena banyak serba, serba ada, serba luas dan serba makna. Pernyataan Aubrey Fisher ini dapat dibenarkan bila kita menilik sejumlah konsep komunikasi yang telah berlimpah dan berubah secara mendasar dari tahun ke tahun. Di pertengahan abad 20 saja, misalnya, pendefinisian menjadi ajang yang popular di antara ahli komunikasi. Dance dan Larson, dalam Miller (2002), melaporkan bahwa lebih dari 126 definisi telah diusulkan dalam literatur.

Hovland, Janis & Kelley, ungkap Miller (2002), membuat gambaran komunikasi yang relatif sangat terbatas, mendefinisikan komunikasi sebagai aktivitas satu arah yang meliputi lambang utama verbal untuk mengubah perilaku orang lain. Sebaliknya definisi Weaver terlalu luas, meliputi semua prosedur dengan satu pemikiran yang dapat memiliki efek pada orang lain.

Konsep-konsep ini menunjukan komunikasi sebagai proses prosedur memengaruhi orang lain, sebagai simbol dan sebagai transaksi. Adapun batasan yang luas mengenai posisi komunikasi sebagai berikut ini:

1. Komunikasi adalah suatu proses di mana kita mengerti orang lain dan kemudian berusaha untuk dimengerti oleh mereka. Ini dinamis, berubah secara konstan dan membagi respons untuk situasi yang total (Anderson, 1959).
2. Komunikasi adalah suatu proses yang membuat kesamaan kepada dua atau beberapa orang yang telah dimonopoli oleh seseorang atau beberapa orang. (Gode, 1959).
3. Komunikasi tidak merujuk ke verbal, eksplisit atau penyampaian pesan yang intens saja, konsep komunikasi akan mencakup semua proses tersebut di mana seseorang akan memengaruhi orang lain (Ruesch & Bateson, 1961).
4. Komunikasi secara mendasar berarti stimulasi dalam pikiran orang lain yang beresensi pengetahuanmu, pengertian dan *sense* kejadian penting, perasaan, fakta, opini, dan situasi yang kamu usahakan untuk digambarkan (Oliver, Zelka & Holtzman, 1962) (Ardianto dan Bambang Q-Anees,2007: 17-18).

Definisi komunikasi secara utuh dapat dilihat dari pandangan para pakar komunikasi. Menurut Harold D. Laswell dengan menanyakan “siapa mengatakan apa, melalui apa, kepada siapa, dan apa akibatnya”. Menurut Evvert M. Rogers dan D. Lawrence Kincaid, komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau kelakuan pertukaran informasi antara satu dengan yang lainnya, pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam . Trenholm dan Arthur Jensen mengatakan *A process by wich a source transmits a massage to a receiver though same channel* ( suatu proses dimana sember mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran). Hoveland mendifinisikan komunikasi “*the process by wich an individual (the communicator) transmits stimuli (usualy verbal simbols) to modify, the behavior of other individu* (proses dimana individu mentrasmisikan stimulus untuk mengubah Respon individu yang lain”. Raymond S. Ross mengatakan “komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membentuk pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya dengan komunikator”

**2.2.2.2 Strategi Komunikasi**

Strategi Komunikasi Menurut Uchjana (1993 : 300) Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) Untuk mencapai satu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut; strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya. Jadi strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication plann*ing) dan manejemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai satu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005:1092) strategi komunikasi adalah suatu cara yang dikerjakan demi kelancaran suatu komunikasi. Pada istilah lain strategi komunikasi adalah metode atau langkah-langkah yang diambil untuk keberhasilan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara langsung, secara lisan maupun tidak langsung melalui media tertentu Effendy (2008:5).

Dalam melaksanakan strategi komunikasi ada beberapa unsur yang harus diperhatikan antara lain: (Effendy,2006:32)

A. Sumber (komunikator) Secara teoritis hasil atau akibat penyampaian pesan terhadap pihak penerima, bila sumber mempunyai:

1) Kredibilitas Dalam menyampaikan kebijakan penyiaran, kompetensi dari narasumber terutama saat acara formal seperti seminar atau membina masyarakat sangat diperhatikan. Pejabat tertentu yang terkait penyiaran maupun opinin leader dan akademisi sebagai penentu kredibilitas suatu komunikator

2) Daya tarik Narasumber yang kredibel juga dituntut menarik dalam mengemas penyajian materinya sehingga pesan yang dikomunikasikan dapat dengan mudah sampai kepada publik. Setiap strategi yang dilakukan memiliki tujuan masing-masing.

Dalam dunia bisnis, tujuan strategi pada umumnya adalah untuk menentukan dan mengkomunikasikan gambaran tentang visi perusahaan melalui sebuah sistem tujuan utama dan kebijakan. Strategi menggambarkan sebuah arah yang didukung oleh berbagai sumber daya yang ada. Sementara itu, menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 (tiga) tujuan, yaitu (Effendy, 1984 : 35-36) :

1. *To secure understanding* – memastikan pesan diterima oleh komunikan.

2. *To establish acceptance* – membina penerimaan pesan.

3. *To motivate action* – kegiatan yang dimotivasikan.

Strategi komunikasi yang dilakukan bersifat makro dan proses strategi komunikasi berlangsung secara vertikal piramidal.

* 1. **3 Komunikasi Politik**

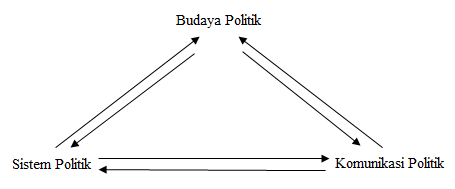
**2.2.3.1 Pengertian Komunkasi Politik**

Komunikasi Politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan [kekuasaan](https://id.wikipedia.org/wiki/Kekuasaan), [pemerintahan](https://id.wikipedia.org/wiki/Pemerintahan), dan kebijakan pemerintah. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi antara "yang memerintah" dan "yang diperintah".

Untuk memahami komunikasi politik harus diperhatikan pengertian- pengertian yang terkandung dalam kedua perkataan tersebut, yaitu komunikasi dan politik, baik secara teori maupun penerapannya (Sumarno, 1989: 5), dengan melihat kaitan antara komponen yang satu dengan komponen yang lain secara fungsional, di mana terdapat tujuan yang jelas yang akan dicapai. Sanders dan Kaid dalam karyanya, berjudul *Political Communication, Theory and Research*: *An Overview 1976-1977*”, mengatakan bahwa komunikasi politik harus *intensionally persuasive*

Menurut Rush dan Althoff (1997:255) sebagaimana yang dikutip oleh Asep Saipul Muhtadi (2008: 28), Komunikasi politik adalah transmisi informasi yang relevan secara politis dari satu bagian sistem politik – merupakan unsur dinamis dari suatu sistem politik; dan proses sosialisasi, partisipasi serta rekrutmen politik bergantung pada komunikasi. Secara sederhana unsur-unsur tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

**Sistem Politik dalam Komunikasi Politik**

(Rush dan Althoff)

Komunikasi politik adalah salah satu dari tujuh fungsi yang dijalankan oleh setiap sistem politik. Dalam kata-kata Almond sendiri:

"Semua fungsi yang dilakukan dalam sistem politik - sosialisasi dan rekrutmen politik, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, pembuatan aturan, penerapan aturan, dan ajudikasi aturan - dilakukan dengan cara komunikasi."

Dalam buku The *Politics of The Development Areas*, pada tahun 1960. Almond berpendapat bahwa komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik sehingga terbuka kemungkinan bagi para ilmuwan politik untuk memperbandingkan berbagai sistem politik dengan latar belakang budaya yang berbeda (Maswadi Rauf, 1993: 21).

Faktor tujuan dalam komunikasi politik itu, jelas pula tampak pada definisi yang diketengahkan oleh Lord Windlesham dalam karyanya, *What is political communication*, Komunikasi politik adalah suatu penyampaian pesan politik yang secara sengaja dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan membuat komunikasi berperilaku tertentu (Effendy, 2002: 158).

Menurut Dan Powell (1966) komunikasi politik sebagai suatu fungsi politik, bersama-sama dengan fungsi artikulasi, agregasi, sosialisasi, dan rekrutmen yang terdapat dalam suatu sistem politik. Sementara Astrid mengartikan komunikasi politik sebagai suatu komunikasi yang diarahkan pada 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. Dengan demikian, melalui kegiatan komunikasi politik terjadi pengaitan masyarakat sosial dengan lingkup negara sehingga komunikasi politik merupakan sarana untuk pendidikan politik/kesadaran warga dalam hubungan kenegaraan (Anwar Arifin, 2006: 8-9). Dengan demikian, inti komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi tersebut dapat mengikat suatu kelompok atau warga tertentu. Komunikasi politik dengan demikian adalah upaya sekelompok manusia yang mempunyai orientasi, pemikiran politik atau ideology tertentu dalam rangka menguasai atau memperoleh kekuasaan.

Berdasarkan definisi tentang komunikasi, Riswandi (2009:4) menggambarkan bahwa komunikasi mempunyai beberapa karakteristik sebagai berikut:

1) Komunikasi adalah suatu proses.

2) Komunikasi adalah upaya yang disengaja dan mempunyai tujuan.

3) Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari pelaku

4) Komunikasi bersifat simbolis.

5) Komunikasi bersifat transaksional.

6) Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu.

**2.2.3.2 Fungsi Komunikasi Politik**

Fungsi komunikasi politik sering diterapkan dalam pembuatan dan pelaksanaan kebijakan pemerintah Menurut Ardial (2009:40) : Adapun fungsi komunikasi poltik yang lainnya diantaranya yaitu:

1. Fungsi Artikulasi Kepentingan

Proses mengolah aspirasi masyarakat yang beraneka ragam untuk disaring dan dirumuskan dalam bentuk rumusan yang teratur.

1. Fungsi Agregasi Kepentingan

Penggabungan berbagai kepentingan yang sama atau hampir sama untuk disatukan dalam rumusan kebijakan yang lebih lanjut.

1. Fungsi Pembuat Kebijakan

Dijalankan oleh lembaga legislatif dengan berbagai hak yang dimiliki lembaga tersebut seperti inisiatif, angket, budget, interplasi, dan amandemen melalui kerja sama dengan lembaga eksekutif.

1. Fungsi Penerapan Kebijakan

Dijalankan lembaga eksekutif dan jajaran birokrasinya, yang tidak hanya sekadar pembuatan rincian dan pedoman pelaksanaan peraturan, namun juga perlu membeberkan penafsiran atas aturan tersebut agar mudah dipahami dan dilaksanakan warga negara.

1. Fungsi Penghakiman Kebijakan

Membuat keputusan dan menetapkan solusi terhadap pertikaian atau persengketaan yang menyangkut persoalan peraturan, pelanggaran peraturan, dan penegasan fakta yang perlu mendapatkan keadilan.

**2.2.3.3 Tujuan Komunikasi Politik**

Dilihat dari tujuan politik, maka hakikat komunikasi politik adalah upaya kelompok manusia yang mempunyai orientasi pemikiran politik atau ideology tertentu dalam rangka menguasai dan atau memperoleh kekuasaan, dengan kekuatan mana tujuan pemikiran politik dan ideology tersebut dapat diwujudkan. Lasswell, memandang orientasi komunikasi politik telah menjadikan dua hal sangat jelas: pertama, bahwa komunikasi politik selalu berorientasi pada nilai atau berusaha mencapai tujuan; nilainilai dan tujuan itu sendiri dibentuk di dalam dan oleh proses perilaku yang sesungguhnya merupakan suatu bagian; dan kedua, bahwa komunikai politik bertujuan menjangkau masa depan dan bersifat mengantisipasi serta berhubungan dengan masa lampau dan senantiasa memperhatikan kejadian masa lalu. Seperti yang pernah dikemukakan oleh banyak ahli, terutama Harold D Laswell dengan formula ”*Who says what, in which channel, to whom, with what effect*”, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari sumber komunikasi kepada penerima, yang berlangsung bisa menggunakan saluran (medium) maupun secara bertatap muka. Umpan balik sebagai balikan atas pesan yang telah diterima oleh penerima dalam proses komunikasi tersebut sangat berguna untuk menilai bagaimana akibat yang terjadi dari proses komunikasi. Komponen-komponen komunikasi tersebut merupakan basis bagi terjadinya proses komunikasi politik dalam suatu masyarakat.

Tujuan komunikasi politik berhubungan dengan pesan politik yang akan disampaikan, yaitu: informasi politik, pembentukan citra politik, pembentukan *public opinion* (pendapat umum) dan menjawab pendapat atau tuduhan lawan politik. Menurut Arifin (2003:1), terdapat tujuan komunikasi politik, yaitu sebagai berikut:

#### Membangun Citra Politik

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membangun citra politik yang baik bagi khalayak. Citra politik itu terbangun atau terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan aktual.

#### Membentuk dan Membina Pendapat Umum

Pembentukan pendapat umum dalam komunikasi politik, sangat ditentukan oleh peranan media politik terutama media massa. Selain memiliki fungsi memberi informasi, media massa juga mendidik, menghubungkan dan menghibur, juga terutama membentuk citra politik dan pendapat umum 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

#### Mendorong Partisipasi Politik

Partisipasi politik sebagai tujuan komunikasi politik dimaksudkan agar individu-individu berperan serta dalam kegiatan politik (partisipasi politik). Sehingga salah satu bentuk partisipasi politik yang penting adalah ketika seseorang (khalayak) mau memberikan suaranya untuk seorang politikus maupun partai politik tertentu dalam pemilihan umum

**2.2.3.5**  **Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik**

Menurut Arifin (2003:65), terdapat beberapa bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator politik untuk mencapai tujuan politiknya, yaitu :

1. Retorika, berasal dari bahasa yunani yaitu *Rhetoric*a, yang artinya seni berbicara, asalnya digunakan dalam perdebatan-perdebatan di ruang sidang pengadilan untuk saling mempengaruhi sehingga bersifat kegiatan antar personal. Kemudian berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa yaitu berpidato kepada khalayak.
2. Agitasi Politik, berasal dari bahasa yunani yaitu *Agitare*, yang artinya bergerak atau menggerakkan. 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.
3. Propaganda, berasal dari bahasa latin *Propagare*, yang artinya menanamkan tunas suatu tanaman. Propagandis adalah orang yang melakukan propaganda yang mampu menjangkau khalayak kolektif lebih besar, biasanya dilakukan politikus atau kader partai politik yang memiliki kemampuan yang mudah terkena sugesti.
4. *Public Relations Politics*, merupakan suatu upaya alternatif dalam mengimbangi propaganda yang dianggap membahayakan kehidupan sosial dan politik. *Public Relations Politics* bertujuan untuk menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka atau akomodatif antara politikus, profesional atau aktivis (komunikator) dengan khalayak (kader, simpatisan, masyarakat umum).
5. 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. 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.
6. Lobi Politik, istilah lobi mengacu pada tempat para tamu menunggu untuk berbincang-bincang di hotel. Dalam lobi politik pengaruh dari pribadi seorang politikus sangat berpengaruh seperti kompetensinya, penguasaan masalah dan karisma. Lobi politik adalah gelanggang terpenting bagi pembicaraan para politikus atau kader tentang kekuasaan, pengaruh, otoritas, konflik dan konsensus.
7. Media Massa, sebagai perluasan panca indra manusia (*sense extention theory*) dan sebagai media pesan dalam hal pesan politik untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan otoritas, membentuk dan mengubah opini publik atau dukungan serta citra politik, untuk khalayak yang lebih luas atau yang tidak bisa terjangkau oleh bentuk komunikasi yang lain.

**2.2.3.6 Ruang Lingkup Komunikasi Politik**

Ruang Lingkup Komunikasi Politik Menurut Leonard W Dob, Komunikator Politik dapat dibagi dalam 3 macam, yaitu :

1. Politikus sebagai Komunikator Politik, Politikus adalah orang yg memiliki otoritasuntuk berkomunikasi sebagai wakil dari kelompok atau langganan; pesan-pesan nyamengajukan dan melindungi tujuan kepentingan politik. Artinya Komunikator Politikmewakili kepentingan kelompok. Namun demikian ada juga politikus yang bertindak sebagaiIdeolog yang aktivitasnya membuat kebijakan yang luas, mengusahakan reformasi danbahkan mendukung perubahan revolusioner.

2. Komunikator Profesional dalam politik, Komunikator Profesional adalah orang yangmenghubungkan golongan elit dalam organisasi atau komunitas manapun dengan khalayakumum; secara horizontal ia menghubungkan dua komunitas bahasa yang dibedakan padatingkat struktur social yang sama. Menurutnya, sifat komunikator ini adalah “ bahwa pesanyang dihasilkan tidak memiliki hubungan yang pasti dengan pikiran dan tanggapannyasendiri”. Klasifikasi Komunikator Profesional adalah meliputi ; Jurnalis, Promotor.

3. Aktivis atau Komunikator Paruh Waktu (part Time), Adalah orang yang cukupbanyak terlibat dalam kegiatan politik atau komunikasi politik tetapi tidak menjadikankegiatanya sebagai lapangan pekerjaanya. Kategori komunikator ini adalah Jurubicara, Pemuka Pendapat, Pengamat.

**2.2.3.7 Etika Komunikasi Politik**

Etika dalam buku K Bertens (2000) dikatakan seperti halnya dengan banyak istilah yang menyangkut konteks ilmiah, istilah “etika” pun berasal dari Yunani Kuno. Kata Yunani Ethos dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti: tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berpikir. Dalam bentuk jamak (*ta etaha*) adalah adat kebiasaan. Etika merupakan suatu tipe pembuatan keputusan yang bersifat moral, dan menentukan apa yang benar dan salah yang dipengaruhi oleh aturan hukum yang benar atau salah di masyarakat. Dalam kamus bahasa Indonesia yang baru. Etika dibedakan menjadi tiga arti: *Pertama*, ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral. *Kedu*a, kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. *Ketiga*, nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Menurut Rusadi Kantaprawira (1983:25) seorang pakar hukum , melihat komunikasi politik dari sisi kegunaannya; Komunikasi politik itu adalah untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran internal golongan, instansi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik pemerintah.

Menurut Harsono Suwardi (1997:12) Komunikasi politik dapat dilihat dari arti sempit maupun dalam arti luas. Dalam arti sempit komunikasi politik adalah : “Setiap bentuk penyampaian pesan, baik dalam bentuk lambang-lambang maupun dalam bentuk kata-kata tertulis atau terucapkan, ataupun dalam bentuk isyarat yang mempengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu. Sedangkan dalam arti luasnya komunikasi politik adalah ; Setiap jenis penyampaian pesan, khususnya yang bermuatan info politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima pesan.

Dengan demikian segala pola pemikiran, ide atau upaya untuk mencapai pengaruh, hanya dengan komunikasi dapat tercapainya segala sesuatu yang diharapkan, karena pada hakikatnya segala pikiran atau ide dan kebijakan harus ada yang menyampaikan dan ada yang menerimanya, proses tersebut adalah proses komunikasi.

**2.2.3.8 Unsur- Unsur Komunikasi politik**

Sebagai mana unsur-unsur komunikasi pada umumnya,maka komunikasi politik pun terdiri dari beberapa unsur,yaitu ; Komunikator politik, Komunikan, Isi Komunikasi, Media Komunikasi, Tujuan Komunikasi, Sumber dan Efek

Setiap unsur jelas fungsinya, yang mengarah pada tercapainya “fungsi primer” komunikasi politik yaitu tujuan komunikasi. Dalam komunikasi politik maka fungsi primer komunikasi melembaga dalam fungsi primer negara sesuai fungsi politik yang melandasinya. Seperti halnya dengan disiplin komunikasi lainnya, maka komunikasi politik sebagai body of knowledge juga terdiri atas berbagai unsur, yakni sumber (komunikator), pesan, media atau saluran, efek, dan komunikan. (Nimmo: 1978, Mansfield dan Weaver: 1982 dalam Dahlan, 1990), yaitu :

1. Komunikator politik

Dalam komunikasi politik yang dimaksud komunikator politik adalah individu-individu yang menduduki struktur kekuasaan , individu-individu yang berada dalam suatu institusi , asosiasi, partai politik, lembaga-lembaga pengelola media massa dan tokoh-tokoh masyarakat. Komunikator politik dapat pula berupa Negara, badan-badan Internasiaonal dan mereka yang mendapat tugas atas nama negara.

1. Pesan politik

Isi (pesan) komunikasi merupakan produk penguasa setelah melalui proses encoding atau setelah di formulasikan kedalam simbol-simbol sesuai lingkup kekuasaan. Pada dasarnya isi komunikasi akan terdiri dari:

A. Seperangkat norma yang mengatur lalu lintas transformasi pesan.

B. Panduan dan nilai-nilai idealis yang tertuju pada upaya mempertahankan dan melestarikan sistem nilai yang sedang berlangsung.

C. Sejumlah metode dan cara pendekatan untuk mewujudkan sifat-sifat integratif bagi penghuni sistem.

D. Karakteristik yang menunjukan identitas bangsa.

E. Motivasi sebagai dorongan dasar yang memicu pada upaya meningkatkan kulitas hidup bangsa.

Dari ungkapan diatas memberi informasi bahwa komunikasi didalam prosesnya berada pada struktur formal. Pesan-pesan komunikasi mengalir menurut jenjang struktur kekuasaan sampai kepada sasaran. Selanjutnya dapat dilihat dengan pendekatan Model Transaksi Simultan dari Melvin L. DeFleur (1993: 21- 25) dengan karakternya yang nonlinear.

1. Saluran atau media komunikasi politik

Dalam sistem politik yang bagaimanapun bentuk dan sifatnya, maka media komunikasi mendapat tempat yang cukup penting. Media komunikasi menjadi pusat perhatian penguasa sebagai alat untuk mendapat legitimasi rakyat didalam melakukan kebijaksanaan dan sekaligus memperkuat kedudukan penguasa melalui pesan-pesan komunikasi yang telah diinterpretasikan kedalam simbol-simbol kekuasaan.

1. Efek atau umpan balik

A. Sosialisasi Politik, manusia tidak dilahirkan dengan membawa kepercayaan, nilai, dan penghargaan politik. Seorang anak menjadi terbuka terhadap komunikasi yang relevan dengan politik melalui komunikasi interpersonal, organisasi, dan komunikasi massa.

B. Partisipasi Politik, melalui sosialisasi politik, manusia mengembangkan kepercayaan, nilai dan pengharapan yang relevan dengan politik. Bagaimana seseorang berpartisipasi secara penuh dalam politik tergantung pada kuatnya sosialisasi politik yang ia dapatkan.

C. Mempengaruhi Pemilu Propaganda, retorika, periklanan, promosi yang dilakukan oleh komunikator politik tak lain dan tidak bukan merupakan upaya komunikator politik untuk mendapatkan suara dalam sebuah pemilu. Melalui perspektif seorang komunikan politik, yang telah belajar mengidentifikasikan diri dengan lambang-lambang politik yang signifikan, akan mengklaim dirinya.

D. Mempengaruhi Pejabat, komunikasi politik selalu mengenai komunikasi dua arah antara warga negara dan pejabat. Dalam setiap kajian komunikasi politik, terdapat diskusi mengenai keterkaitan opini publik dan kebijakan pemerintah.

5. Komunikan Politik

Khalayak yang dimaksudkan di sini sebenarnya adalah komunikan, yaitu pihak yang menjadi tujuan disampaikannya pesan-pesan politik (receiver, audience). Namun seringkali dalam perspektif para ahli komunikasi yang menekuni kajian komunikasi politik, komunikan lebih sering ditekankan pada masyarakat umum atau publik. Yang perlu diperhatikan, sebenarnya dalam sebuah proses komunikasi komunikator dan komunikan dapat bertukar peran satu sama lain, tergantung pada situasi komunikasi yang berlangsung.

**2.2.4 Partai Politik**

**2.2.4.1 Pengertian Partai Politik**

Partai politik adalah perkumpulan (segolongan orang-orang) yang seasas, sehaluan, setujuan (terutama dibidang politik). Baik yang berdasarkan partai kader atau struktur kepartaian yang dimonopoli oleh sekelompok anggota partai yang terkemuka; maupun yang berdasarkan partai massa, yaitu partai politik yang mengutamakan kekuatan berdasarkan keunggulan jumlah anggotanya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) parpol juga berarti perkumpulan yang didirikan untuk mewujudkan ideology politik tertentu (KBBI, 1990 : 650).

**2.2.4.2 Tujuan Partai Politik**

Tujuan komunikasi Politik berhubungan dengan pesan politik yang akan disampaikan, yaitu informasi politik, pembentukan citra politik, pembentukan *public opinion* ( pendapat umum ) dan menjawab pendapat atau tuduhan lawan politik. Menurut Arifin (2003:1), terdapat tujuan tujuan komunikasi politik, yaitu :

#### Membangun Citra Politik

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membangun citra politik yang baik bagi khalayak. Citra politik itu terbangun atau terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang aktual.

#### B. Membentuk dan Membina Pendapat Umum

Pembentukan pendapat umum dalam komunikasi politik, sangat ditentukan oleh peranan media politik terutama media massa. Selain memiliki fungsi memberi informasi, media massa juga mendidik, menghubungkan dan menghibur, juga terutama membentuk citra politik dan pendapat umum 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.

#### C. Mendorong Partisipasi Politik

Partisipasi politik sebagai tujuan komunikasi politik dimaksudkan agar individu-individu berperan serta dalam kegiatan politik (partisipasi politik). Sehingga salah satu bentuk partisipasi politik yang penting adalah ketika seseorang (khalayak) mau memberikan suaranya untuk seorang politikus maupun partai politik tertentu dalam pemilihan umum.

**2.2.4.3 Fungsi Partai Politik**

Menurut Ardial (2009:40), fungsi komunikasi politik sering diterapkan dalam pembuatan dan pelaksanaan kebijakan pemerintah. Adapun beberapa fungsi lain komunikasi politik yaitu sebagai berikut:

1. Fungsi Artikulasi Kepentingan. Proses mengolah aspirasi masyarakat yang bercorak ragam untuk disaring dan dirumuskan dalam bentuk rumusan yang teratur.
2. Fungsi Agregasi Kepentingan. Penggabungan berbagai kepentingan yang sama atau hampir sama untuk disatukan dalam rumusan kebijakan lebih lanjut.
3. Fungsi Pembuat Kebijakan. Dijalankan oleh lembaga legislatif melalui berbagai hak yang dimiliki lembaga ini (inisiatif, angket, budget, interplasi, dan amandemen) lewat kerja sama dengan lembaga eksekutif.
4. Fungsi Penerapan Kebijakan. Dijalankan lembaga eksekutif beserta jajaran birokrasinya, yang tidak hanya sekadar pembuatan rincian dan pedoman pelaksanaan peraturan, tapi juga perlu membeberkan penafsiran atas aturan tersebut agar mudah dipahami dan dilaksanakan warga negara.
5. Fungsi Penghakiman Kebijakan. Membuat keputusan dan menetapkan solusi terhadap pertikaian atau persengketaan yang menyangkut persoalan peraturan, pelanggaran peraturan, dan penegasan fakta-fakta yang perlu mendapatkan keadilan.

**2.2.4.4 Elektabilitas Partai Politik**

Salah satu tujuan komunikasi politik adalaah membangun citra politik yang baik bagi khalayak. Citra politik itu terbangun atau terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan actual. Citra politik juga berkaitan dengan pembentukan pendapat umum, karena pada dasarnya pendapat umum politik terbangun melalui citra politik. Sedangkan citra politik terbentuk sebagai konsekuensi kognitif dari komunikasi politik. Robert (1997) mengatakan bahwa komunikasi tidak secara langsung menimbulkan pendapat atau prilaku tertentu, tapi cenderung mempengaruhi cara khalayak mengorganisasikan citranya tentang lingkungan, dan citra itulah yang mempengaruhi pendapat atau priaku khalayak. Elektabilitas adalah tingkat keterpilihan yang disesuaikan dengan kriteria pilihan. Elektabilitas bisa diterapkan kepada barang, jasa maupun orang, badan atau partai. Elektabilitas sering dibicarakan menjelang pemilihan umum. Elektabilitas partai politik berarti tingkat keterpilihan partai politik di publik. Elektabilitas partai tinggi berarti partai tersebut memiliki daya pilih yang tinggi. Untuk meningkatkan elektabilitas maka objek elektabilitas harus memenuhi kriteria keterpilihan dan juga popular

**2.2.5 Partai Keadilan Sejahtera (PKS)**

**2.2.5.1. Sejarah Partai Keadilan Sejahtera (PKS)**

Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang dulunya bernama Partai Keadilan (PK) adalah sebuah partai politik berbasis Islam di Indonesia yang berawal dari gerakan – gerakan dakwah di berbagai kampus Indonesia. Slogan PKS adalah ‘Berkhidmat Untuk Rakyat’ dan didirikan pada 21 Mei 1998, berupa penggabungan dari Partai Keadilan serta PK Sejahtera. Dalam perjalanannya, PKS beberapa kali mengalami konflik internal, misalnya ketika pada 2013 Luthfi Hasan Ishaaq ditangkap oleh KPK atas dugaan suap impor daging sapi sehingga ia harus mundur dari jabatan Presiden PKS.

Asal usul Partai Keadilan Sejahtera atau sejarah partai PKS bisa ditelusuri dalam sejarah partai PKS mulai dari Gerakan Dakwah Kampus yang menyebar di berbagai universitas di Indonesia pada tahun 1980an. Bisa dikatakan pelopor gerakan ini adalah Muhammad Natsir, yaitu mantan Perdana Menteri Indonesia dan bagian dari [sejarah Partai Masyumi](https://sejarahlengkap.com/organisasi/sejarah-partai-masyumi) yang dibubarkan pada tahun 1960. Muhammad Natsir mendirikan Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia (DDII) pada tahun 1967. Pada awalnya lembaga ini memfokuskan diri pada usaha untuk mencegah kegiatan misionari Kristen di Indonesia. Peran DDII yang paling penting adalah dalam memprakarsai kelahiran Lembaga Mujahid Dakwah sebagai afiliasinya, dengan dipimpin oleh Imaduddin Ibrahim yang aktif melakukan pelatihan keagaamaan bertempat di Masjid Salman, ITB.

Memasuki tahun 1985, Orde Baru mewajibkan semua organisasi massa atau Ormas menjadikan Pancasila sebagai asas sehingga sejumlah tokoh Islam marah dan menyebut bahwa Rezim Orba telah memperlakukan politik Islam sebagai ‘Kucing Kurap’. Di saat yang sama, Jamaah Tarbiyah mendapatkan momentum di kalangan mahasiswa yang menjadi kader Rohis dan mahasiswa yang menjadi aktivis dakwah di kampus – kampus. Pada tahun 1993 seorang kader dari Jamaah Tarbiyah yaitu Mustafa Kamal memenangkan pemilihan mahasiswa untuk Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya UI sebagai kader Jamaah pertama yang mendapatkan kekuasaan di tingkat Universitas. Setahun kemudian, Zulkieflimansyah yang juga seorang kader Jamaah Tarbiyah, terpilih menjadi Ketua Senat Mahasiswa UI.

Para anggota Jamaah Tarbiyah lalu mendirikan Lembaga Dakwah Kampus (LDK) yang menjadi unit – unit kegiatan mahasiswa secara resmi di berbagai kampus sekuler di Indonesia, misalnya UI yang dilakukan terutama oleh para aktivis dari Forum Studi Islam. Pada saat itu, sebutan ‘usrah’ yang  berarti ‘keluarga’ kerap digunakan untuk menyebut kelompok – kelompok kecil pengajian di LDK mulai diasosiasikan menggunakan sistem sel seperti Ikhwanul Muslimin untuk merekrut kader – kadernya, dan juga mulai dilakukan berbagai pelatihan untuk anggota. Usrah adalah berbagai kelompok kecil yang saling berhubungan secara dekat, dan digabungkan melalui suatu struktur hierarkis. Kebanyakan anggotanya tidak saling mengenal anggota kelompok lainnya. Melalui struktur organisasi semacam ini, aktivitas dakwah kampus berkembang semakin pesat dan masjid – masjid kampus menjadi pusat aktivitasnya.

Gambar 2.1 Lambang Partai



( Sumber: *Wikipedia.org* )

**2.2.5.3 Tafsir lambing :**

Tafsiran lambang Partai Keadilan Sejahtera (PKS) terdapat beberapa uraian penjelasan yaitu :

1. Kotak persegi empat melambangkan kesetaraan, keteraturan, keserasian, persatuan, dan kesatuan arah.

2. Bulan sabit melambangkan kejayaan, dimensiwaktu, keindahan, pencerahan, dan kesinambungan sejarah.

3. Untaian 17 (tujuh belas) butir padi pada tangkai tegak lurus melambangkan adil, ukhuwah, istikamah, berani, disiplin dalam menjalankan tugas, serta tegas dalam mewujudkan keadilan dan kesejahteraan.

4. Putih melambangkan bersih, suci, dan mulia.

5. Hitam melambangkan kepastian, aspiratif, dan akomodatif.

6. Kuning emas melambangkan kecemerlangan, kebahagiaan, dan kejayaan

**2.2.5.4 Visi Misi dan Keanggotaan Partai PKS**

1. Visi

Visi Partai adalah menjadi partai pelopor dalam mewujudkan cita-cita nasional bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

2. Misi

Misi Partai adalah menjadikan Partai sebagai sarana perwujudan masyarakat madani yang adil, sejahtera, dan bermartabat yang diridlai Allah subhanahu wa ta'ala, dalam keutuhan NKRI

1. Keanggotan Partai Keadilan Sejahtera (PKS)

Setiap warga negara Indonesia dapat menjadi Anggota Partai sesuai dengan peraturan perundang-undangan Republik Indonesia, Partai menyelenggarakan rekrutmen dan kaderisasi Anggota, Keanggotaan Partai terdiri atas Anggota Biasa dan Anggota Kehormatan.

1. Anggota Biasa terdiri atas:
   1. Anggota Pendukung, yaitu Anggota Terdaftar, dan Anggota Aktif.
   2. Anggota Terbina, yaitu Anggota Pemula, dan Anggota Muda.
   3. Anggota Inti, yaitu Anggota Madya, Anggota Dewasa, Anggota Ahli, dan Anggota Purna.
2. Setiap orang perseorangan yang berjasa terhadap Partai dan mengajukan permohonan kepada Partai dapat diangkat dan ditetapkan menjadi Anggota Kehormatan. (Tim Redaksi Website PKS, 2013)

**2.2.5.5. Pendirian Partai PKS**

Berbagai faksi dan kubu di dalam LDK kemudian sepakat untuk membentuk Forum Silaturahmi Lembaga Dakwah Kampus (FSDLK) pada tahun 1986. Sejarah partai PKS dimulai ketika FSLDK mengadakan pertemuan berkala setiap tahunnya. Pada pertemuan tahunan ke 10 di Malang tahun 1998, momentum tersebut dimanfaatkan untuk deklarasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI). KAMMI yang dipimpin oleh Fahri Hamzah muncul sebagai salah satu organisasi yang paling vokal dalam menyuarakan tuntutan reformasi melawan Soeharto. Tidak lama setelah mundurnya Soeharto pada tanggal 21 Mei 1998, para tokoh KAMMI mempertimbangkan pendirian sebuah partai Islam. Partai tersebut lalu dinamakan Partai Keadilan (PK). KAMMI dan PK menyatakan dengan tegas bahwa tidak memiliki hubungan formal, walaupun para tokoh elite KAMMI berkontribusi dalam pembentukan PK.

Deklarasi PK dilakukan di Masjid Al-Azhar, Kebayoran Baru, Jakarta pada 20 Juli 1998 dengan Presiden pertamanya yaitu Nurmahmudi Isma’il. Pada pemilu 1999, PK mendapatkan perhatian dari banyak pihak sebagai satu – satunya parpol yang memiliki struktur kepengurusan yang transparan, terorganisir dengan rapi dan mempunyai agenda program yang jelas. Tidak seperti berbagai partai islam lain yang bergantung pada ketokohan satu figur, PK justru menegaskan pentingnya egalitarianisme dalam Islam dan kekuatan kolektif, juga tidak banyak memberi ruang untuk tampilnya seorang pemimpin kharismatik. Ciri khas PK adalah minimnya tokoh yang memiliki magnet yang berpotensi untuk dipilih, tetapi para kader dan simpatisannya dituntut untuk patuh terhadap norma – norma agama dan loyal pada garis partai.

Dalam keikutsertaan sebagai parpol pada Pemilu legislatif 1999, PK mendapatkan 1.436.565 suara atau sekitar 1,36% dari total perolehan suara nasional, dan mendapatkan jatah sebanyak 7 kursi di DPR. Walaupun mendapatkan suara, tetapi PK gagal untuk memenuhi ambang batas parlemen sebesar dua persen sehingga terpaksa bergabung melalui stembus accord dengan delapan parpol berbasis Islam lainnya pada bulan Mei 1999. Kemudian Nurmahmudi ditawarkan jabatan sebagai Menteri Kehutanan dalam Kabinet Persatuan Nasional yang dibentuk Presiden Abdurrahman Wahid pada bulan Oktober 1999. Tawaran tersebut diterima dan jabatan presiden PK diserahkan kepada Hidayat Nur Wahid, doktor lulusan Universitas Islam Madinah sejak 21 Mei 2000.

Kegagalan PK utuk memenuhi ambang batas parlemen di [sejarah pemilu di indonesia](https://sejarahlengkap.com/indonesia/sejarah-pemilu-di-indonesia) pada tahun 1999 membuahkan konsekuensi penggantian nama sesuai dengan peraturan pemerintah. Maka pada tanggal 2 Juli 2003, Partai Keadilan Sejahtera (PKS) telah menyelesaikan seluruh proses verifikasi untuk Departemen Hukum dan HAM di tingkat Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) atau setingkat propinsi dan tingkat Dewan Pimpinan Daerah atau setingkat kabupaten dan kota. Sehari setelahnya, PK telah resmi mengubah namanya menjadi PKS.

**2.2.5.6 Sepak Terjang PKS Pada Pemilu**

Dalam sejarah partai PKS, dengan bergantinya nama PK menjadi PKS maka hal ini memungkinkan untuk kembali mengikuti dan berkompetisi pada pemilu legislatif 2004. Kali ini PKS mendapatkan total 8.325.020 suara atau sekitar 7,34% dari total perolehan suara secara nasional, sebanyak 45 dari 550 kursi yang merupakan pencapaian luar biasa. Dengan demikian, PKS berhak mendudukkan wakilnya di DPR dan menduduki peringkat keenam untuk partai dengan suara terbanyak setelah Partai Demokrat. Presiden PKS, Hidayat Nur Wahid kemudian terpilih sebagai Ketua MPR dengan 326 suara mengalahkan Sutjipto dari PDIP yang mendapatkan 324 suara.

Jabatan Presiden PKS kemudian diserahkan kepada Tifatul Sembiring yang juga seorang mantan aktivis kampus dan pendiri PKS. Presiden PKS setelah Tifatul adalah Luthfi Hasan Ishaaq (2009 – 2010, 2010 – 2013), Anis Matta (2013-2015) dan Mohamad Sohibul Iman (2015 – 2020). Saat ini ketua Fraksi PKS di DPR adalah Jazuli Juwaini, Sekretaris Jenderal Mustafa Kamal, Ketua Majelis Syuro Salim Segaf Al- Jufri, dan wakil ketuanya Hidayat Nur Wahid. Memasuki pemilu 2009 dalam sejarah partai PKS, mereka meningkatkan pencitraannya sebagai partai terbuka mengambil hikmah dari kegagalan PK yang dianggap terlalu tertutup sebagai parpol. Misalnya dengan menampilkan sosok wanita tidak berkerudung, anak – anak punk pada iklan – iklan partainya, bahkan ada wacana untuk calon legislatif non muslim yang dinyatakan oleh beberapa elite partai.

Berbagai usaha kampanye masif PKS ini berhasil meningkatkan dukungan elektoral di beberapa wilayah yang sebelumnya tidak menjadi basis PKS di Jatim, Jateng dan Sulteng. Akan tetapi di sisi lain, kampanye tersebut justru menjadi bumerang bagi PKS karena seluruh basis harakah yang menopangnya justru menyetujui isu – isu inklusif tersebut. Walaupun demikian, perolehan suara PKS bisa naik pada pemilu 2009 jauh lebih baik daripada partai lainnya yang mengalami guncangan akibat suara Partai Demokrat yang naik secara tajam. PKS mendapatkan 57 dari 560 kursi atau sekitar 7,88% dan menjadi urutan 4 dari partai suara terbanyak. Sedangkan pada pemilu 2014, PKS mendapatkan 40 kursi dari 560, mengalami penurunan suara dengan 6.79% dan 17 kursi, menempati urutan ketujuh.

Menjelang pemilu 2019 dalam sejarah dari partai PKS, mereka harus berkoalisi dengan parpol lain untuk memenuhi ambang batas pencalonan presiden sebesar 20 persen untuk kursi DPR atau 25 persen dari suara sah nasional. PKS masih setia sebagai parpol oposisi bersama Gerindra sehingga kerap diprediksi bahwa keduanya masih akan berkoalisi di pilpres 2019. PKS telah resmi ditetapkan sebagai peserta pada pemilu 2019 dan mendapatkan nomor urut 8.

**2.2.6 Pajak**

**2.2.6.1 Pengertian Pajak**

Pajak adalah pungutan wajib yang dibayar rakyat untuk negara dan akan digunakan untuk kepentingan pemerintah dan masyarakat umum. Rakyat yang membayar pajak tidak akan merasakan [manfaat dari pajak](https://www.cermati.com/artikel/manfaat-pajak-bagi-masyarakat-dan-negara) secara langsung, karena pajak digunakan untuk kepentingan umum, bukan untuk kepentingan pribadi. Pajak merupakan salah satu sumber dana pemerintah untuk melakukan pembangunan, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Pemungutan pajak dapat dipaksakan karena dilaksanakan berdasarkan undang-undang.

Berdasarkan UU KUP NOMOR 28 TAHUN 2007, pasal 1, ayat 1, pengertian Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Berdasarkan pengertian tersebut, maka pajak memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

* 1. Pajak Merupakan Kontribusi Wajib Warga Negara

Artinya setiap orang memiliki kewajiban untuk membayar pajak. Namun hal tersebut hanya berlaku untuk warga negara yang sudah memenuhi syarat subjektif dan syarat objektif. Yaitu warga negara yang memiliki Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) lebih dari Rp2.050.000 per bulan. Jika Anda adalah karyawan/pegawai, baik karyawan swasta maupun pegawai pemerintah, dengan total penghasilan lebih dari Rp2 juta, maka wajib membayar pajak. Jika Anda adalah wirausaha, maka setiap penghasilan akan dikenakan pajak sebesar 1% dari total penghasilan kotor/bruto (berdasarkan PP 46 tahun 2013).

2. Pajak Bersifat Memaksa Untuk Setiap Warga Negara

Jika seseorang sudah memenuhi syarat subjektif dan syarat objektif, maka wajib untuk membayar pajak. Dalam undang-undang pajak sudah dijelaskan, jika seseorang dengan sengaja tidak membayar pajak yang seharusnya dibayarkan, maka ada ancaman sanksi administratif maupun hukuman secara pidana.

3.   Warga Negara Tidak Mendapat Imbalan Langsung

Pajak berbeda dengan retribusi. Contoh retribusi: ketika mendapat manfaat parkir, maka harus membayar sejumlah uang, yaitu retribusi parkir, namun pajak tidak seperti itu. Pajak merupakan salah satu sarana pemerataan pendapatan warga negara. Jadi ketika membayar pajak dalam jumlah tertentu, Anda tidak langsung menerima manfaat pajak yang dibayar, yang akan Anda dapatkan berupa perbaikan jalan raya di daerah Anda, fasilitas kesehatan gratis bagi keluarga, beasiswa pendidikan bagi anak Anda, dan lain-lainnya.

4.   Berdasarkan Undang-undang

Artinya pajak diatur dalam undang-undang negara. Ada beberapa undang-undang yang mengatur tentang mekanisme perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak.

**2.2.6.2 Dasar Pengenaan Pajak Kendaraan Bermotor**

Dasar pengenaan Pajak Kendaraan Bermotor adalah hasil perkalian dari 2 (dua) unsur pokok yaitu :

1. Nilai Jual Kendaraan Bermotor
2. Bobot yang mencerminkan secara relatif tingkat kerusakan jalan dan/atau pencemaranlingkungan akibat penggunaan Kendaraan Bermotor. Bobot ini dinyatakan dalamkoefisien yang nilainya 1 (satu) atau lebih besar dari 1 (satu), dengan pengertian sebagai,koefisien sama dengan 1 (satu) berarti kerusakan jalan dan/atau pencemaran lingkunganoleh penggunaan Kendaraan Bermotor tersebut dianggap masih dalam batas toleransi,dan koefisien lebih besar dari 1 (satu) berarti penggunaan Kendaraan Bermotor tersebutdianggap melewati batas toleransi ini dihitung berdasarkan faktor-faktor :
3. Tekanan gandar, yang dibedakan atas dasar jumlah sumbu/as, roda, dan berat KendaraanBermotor.
4. Jenis bahan bakar Kendaraan Bermotor yang dibedakan menurut solar, bensin, gas, listrik,tenaga surya, atau jenis bahan bakar lainnya.
5. Jenis, penggunaan, tahun pembuatan, dan ciri-ciri mesin Kendaraan Bermotor yangdibedakan berdasarkan jenis mesin 2 tak atau 4 tak, dan isi silinder.

**2.2.7 Pemilihan Umum**

**2.2.7.1 Pengertian Pemilu**

Banyak para ahli yang menjelaskan tentang pengertian pemilu, antara lain dikemukakan oleh Ramlan Surbakti (1992:181) Pemilu diartikan sebagai mekanisme penyeleksi dan pendelegasian atau penyerahan kedaulatan kepada orang atau partai yang dipercayai, tetapi penulis menetapkan pengertian pemilu sebagaimana dicantumkan dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 2012 pasal 1 ayat (1) yang dimaksud Pemilihan Umum (Pemilu) adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.

Pemilihan umum yang diselenggarakan untuk memilih anggota DPR, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota disebut pemilihan umum legislatif. Pemilihan umum legislatif merupakan sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat untuk memilih wakil rakyat yang dapat mewakili aspirasinya yang tata cara pelaksanaanya diatur dalam sebuah peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pada demokrasi perwakilan, rakyat memegang kedaulatan penuh, namun dalam pelaksanaanya dilakukan oleh wakil wakil rakyatnya melalui lembaga legislatif atau parlemen.

**2.2.7.2 Tujuan Pemilihan Umum**

Menurut Prihatmoko (2003:19) pemilu dalam pelaksanaanya memiliki tiga tujuan yakni:

* 1. Sebagai mekanisme untuk menyeleksi para pemimpin pemerintahan dan alternatif kebijakan umum (*public policy*).
  2. Pemilu sebagai pemindahan konflik kepentingan dari masyarakat kepada badan badan perwakilan rakyat melalui wakil wakil yang terpilih atau partai yang memenangkan kursi sehingga integrasi masyarakat tetap terjamin.

C. Pemilu sebagai sarana memobilisasi, menggerakan atau menggalang dukungan rakyat terhadap Negara dan pemerintahan dengan jalan ikut serta dalam proses politik.

Selanjutnya Menurut Humtingthon (2001:18) pemilu dalam pelaksanaanya memiliki lima tujuan yakni:

1. Pemilu sebagai implementasi perwujudan kedaulatan rakyat. Asumsi demokrasi adalah kedaulatan terletak di tangan rakyat. Karena rakyat yang berdaulat itu tidak bisa memerintah secara langsung maka melalui pemilu rakyat dapat menentukan wakil-wakilnya dan para wakil rakyat tersebut akan menentukan siapa yang akan memegang tampuk pemerintahan.

2. Pemilu sebagai sarana untuk membentuk perwakilan politik. Melalui pemilu, rakyat dapat memilih wakilnya yang dipercaya dapat mengartikulasikan aspirasi dan kepentingannya. Semakin tinggi kualitas pemilu, semakin baik pula kualitas para wakil rakyat yang bisa terpilih dalam lembaga perwakilan rakyat.

3. Pemilu sebagai sarana untuk melakukan penggantian pemimpin secara konstitusional. Pemilu bisa mengukuhkan pemerintahan yang sedang berjalan atau untuk mewujudkan reformasi pemerintahan. Melalui pemilu, pemerintahan yang aspiratif akan dipercaya rakyat untuk memimpin kembali dan sebaliknya jika rakyat tidak percaya maka pemerintahan itu akan berakhir dan diganti dengan pemerintahan baru yang didukung oleh rakyat.

4. Pemilu sebagai sarana bagi pemimpin politik untuk memperoleh legitimasi. Pemberian suara para pemilih dalam pemilu pada dasarnya merupakan pemberian mandat rakyat kepada pemimpin yang dipilih untuk menjalankan roda pemerintahan. Pemimpin politik yang terpilih berarti mendapatkan legitimasi (keabsahan) politik dari rakyat.

5. Pemilu sebagai sarana partisipasi politik masyarakat untuk turut serta menetapkan kebijakan publik. Melalui pemilu rakyat secara langsung dapat menetapkan kebijakan publik melalui dukungannya kepada kontestan yang memiliki program-program yang dinilai aspiratif dengan kepentingan rakyat. Kontestan yang menang karena didukung rakyat harus merealisasikan janji-janjinya itu ketika telah memegang tampuk pemerintahan.

Selanjutnya tujuan pemilu dalam pelaksanaanya berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 tahun 2012 pasal 3 yakni pemilu diselenggarakan untuk memilih anggota DPR, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945. Dari berbagai pendapat para ahli mengenai tujuan pemilu diatas dapat diketahui bahwa tujuan dari pemilu adalah untuk menyeleksi para pemimpin pemerintahan baik di eksekutif (pemerintah) maupun legislatif, serta untuk membentuk pemerintahan yang demokratis, kuat dan memperoleh dukungan rakyat dalam rangka mewujudkan tujuan nasional sebagai mana diamanatkan dalam UUD 1945.

**2.2.7.3 Sistem Pemilihan Umum**

Sistem Pemilihan Umum Sistem pemililihan Umum merupakan metode yang mengatur serta memungkinkan warga negara memilih/mencoblos para wakil rakyat diantara warga masyarakat sendiri. Metode berhubungan erat dengan aturan dan prosedur merubah suara ke kursi di legislatif. Menurut Miriam Budiarjo (2012:461) Sistem pemilihan umum dapat dikategorikan menjadi dua yaitu:

1 . Sistem Distrik (*Single-member Constituenty*)

Didalam sistem distrik sebuah daerah kecil menentukan satu wakil tunggal berdasarkan suara terbanyak. Sistem Distrik bisa dimaknai bahwa satu dapil memilih satu wakil. sistem distrik memiliki karakteristik, antara lain :

1.  *First past the post* yaitu sistem yang menerapkan single memberdistrict dan pemilihan yang berpusat pada calon, pemenangnya adalah calon yang mendapatkan suara terbanyak.

2. *The two round system* yaitu sistem ini menggunakan putaran kedua sebagai dasar untuk menentukan pemenang pemilu. ini dijalankan untuk memperoleh pemenang yang mendapatkan suara mayoritas.

3. *The alternative vote* sama dengan first past the post bedanya adalah para pemilih diberikan otoritas untuk menentukan preverensinya melalui penentuan ranking terhadap calon-calon yang ada.

4. *Block vote* yaitu para pemilih memiliki kebebasan untuk memilih calon-calon yang terdapat dalam daftar calon tanpa melihat afiliasi partai dari caloncalon yang ada.

Didalam Sisitem Distrik terdapat 5 Kelebihan Sistem Distrik yaitu :

* + 1. Sistem ini mendorong terjadinya integrasi antar partai, karena kursi kekuasaan yang diperebutkan hanya satu.
    2. Perpecahan partai dan pembentukan partai baru dapat dihambat, bahkan dapat mendorong penyederhanaan partai secara alami.
    3. Distrik merupakan daerah kecil, karena itu wakil terpilih dapat dikenali dengan baik oleh komunitasnya, dan hubungan dengan pemilihnya menjadi lebih akrab.
    4. Bagi partai besar, lebih mudah untuk mendapatkan kedudukan mayoritas di parlemen.
    5. Jumlah partai yang terbatas membuat stabilitas politik mudah diciptakan

Didalam sistem distrik juga terdapat Kelemahan Sistem Distrik yaitu :

1. Ada kesenjangan persentase suara yang diperoleh dengan jumlah kursi di partai, hal ini menyebabkan partai besar lebih berkuasa.
2. Partai kecil dan minoritas merugi karena sistem ini membuat banyak suara terbuang.
3. Sistem ini kurang mewakili kepentingan masyarakat heterogen dan pluralis.
4. Wakil rakyat terpilih cenderung memerhatikan kepentingan daerahnya dari pada kepentingan nasional.

2. Sistem Proporsional (*Multy-member Constituenty*)

Sistem proporsional merupakan sistem yang melihat pada jumlah penduduk yang merupakan peserta pemilih. Sistem proporsional dapat dimaknai bahwa satu dapil memilih beberapa wakil. Sistem ini juga dinamakan perwakilan berimbang ataupun multi member constituenty. ada dua jenis sistem di dalam sistem proporsional, yaitu :

1. Sistem Proporsional Tertutup (List proportional representation) disini partai-partai peserta pemilu menunjukan daftar calon yang diajukan, para pemilih cukup memilih partai. alokasi kursi partai didasarkan pada daftar urut yang sudah ada.
2. Sistem Proporsional Terbuka (the single transferable vote) : para pemilih diberi otoritas untuk menentukan pilihannya. pemenangnya didasarkan atas penggunaan kuota yang sudah diatur sesuai perundang-undangan yang berlaku.

Kelebihan Sistem Proporsional yaitu :

1. Dipandang lebih mewakili suara rakyat sebab perolehan suara partai sama dengan persentase kursinya di parlemen.
2. Setiap suara dihitung & tidak ada yang terbuang, hingga partai kecil dan minoritas memiliki kesempatan untuk mengirimkan wakilnya di parlemen. Hal ini sangat mewakili masyarakat majemuk(pluralis).

Kelemahan Sistem Proporsional yaitu :

1. Sistem proporsional tidak begitu mendukung integrasi partai politik. Jumlah partai yang terus bertambah menghalangi integrasi partai.
2. Wakil rakyat kurang dekat dengan pemilihnya, tapi lebih dekat dengan partainya. Hal ini memberikan kedudukan kuat pada pimpinan partai untuk menentukan wakilnya di parlemen.
3. Banyaknya partai yang bersaing menyebabkan kesulitan bagi suatu partai untuk menjadi partai mayoritas. Perbedaan utama antara sistem proporsional & distrik adalah bahwa cara penghitungan suara dapat memunculkan perbedaan dalam komposisi perwakilan dalam parlemen bagi masing-masing partai politik.

Di Indonesia sistem pemilu legislatif 2014 yang digunakan sistem proporsional, the single transferable vote (terbuka). Pada sistem proporsional the single transferable vote para pemilih dapat memilih calon kandidat yang terdaftar dalam dafar pemilihan umum sesuai dengan pilihanya.

* 1. **Kerangka Teoritis**
     1. **Teori Integrasi Informasi**

Teori integrasi informasi merupakan teori tentang pengorganisasian pesan atau informasi. Semua informasi memiliki potensi untuk mempengaruhi sikap seseorang, tetapi derajat bagaimana informasi tersebut dapat mempengaruhi sikap dipengaruhi oleh tujuan dan kebenaran informasi yang mendukung keyakinan seseorang (Gama dan Widarwati, 2008: 70).

Teori ini berasumsi bahwa manusia mengorganisasikan informasi yang diperolehnya tentang sekelompok orang, objek, situasi atau ide-ide untuk membentuk sikap yang sesuai dengan konsep yang terbentuk dari hasil penerimaan informasi tersebut (Pratama, Erdinaya dan Perbawasari, 2012: 7).

Teori integrasi informasi membantu menjelaskan bagaimana orang-orang berpikir dan membentuk sikap merupakan suatu hal penting dalam komunikasi. Teori ini membangun pemahaman bagaimana orang-orang dipengaruhi oleh informasi. Teori ini bermula dengan konsep kognisi yang digambarkan kekuatan sistem interaksi. Informasi adalah salah satu dari kekuatan tersebut dan dapat mempengaruhi sebuah sistem kepercayaan atau sikap individu. Besar tidaknya pengaruh tersebut tergantung kepada dua hal, yaitu:

1. Valensi atau tujuan, yang berarti sejauh mana suatu informasi mendukung apa yang sudah menjadi kepercayaan seseorang. Suatu informasi dapat dikatakan positif apabila informasi tersebut mendukung kepercayaan yang telah ada dalam diri seseorang tersebut sebelumnya.
2. Bobot penilaian, yang berkaitan dengan tingkat kredibilitas informasi tersebut. Maksudnya apabila seseorang melihat informasi tersebut sebagai suatu kebenaran, maka orang tersebut akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap informasi itu.

Perubahan sikap terjadi karena informasi baru memberikan tambahan pada sikap. Sikap mempunyai korelasi dengan keyakinan dan menyebabkan seseorang memiliki perilaku atau persepsi tertentu terhadap informasi dan juga pemberi informasi (Littlejohn dan Foss, 2008: 75-78).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa teori integrasi informasi merupakan teori yang memiliki asumsi bahwa sesorang mengorganisasikan pesan yang diterimanya. Dimana suatu informasi dianggap memiliki potensi untuk mengubah sikap seseorang jika informasi dianggap sesuai dengan tujuan dan dianggap memiliki kebenaran. Sikap memiliki korelasi dengan keyakinan, persepsi seseorang.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Kerangka penelitian merupakan landasan teori untuk memecahkan masalah yang dikemukakan. Peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya. Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan penulis, hal yang menjadi fokus utama peneliti adalah mengetahui Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) tentang Penghapusan Pajak bermotor pada pemilu 2019 di Kota Bandung

Dalam kerangka penelitian ini penulis menggunakan teori Komunikasi S-O-R sebagai acuan untuk memecahkan masalah yang sesuai dengan teori yang digunakan, peneliti berasumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan sikap perilaku (*Effect*) tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus)* yang berkomunikasi dengan *organisme*. Artinya kualitas dari sumber komunikasi *(sources*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara, gaya berorganisai sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat .komponen dalam model Komunikasi S-O-R : ( Effendy, 2013 :254)

Hosland, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

1. *Stimulus* (rangsang)

Stimulus, yaitu berupa rangsangan yang di dalamnya mengandung pesan-pesan atau gagasan yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.

1. *Organisme* (Komunikan)

Organism, yaitu individu atau komunikan yang akan menjadi objek proses komunikasi persuasif. Apabila *stimulus* telah mendapat perhatian dari *organisme* (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.

1. *Respons (*Efek*)*, yaitu berupa efek yang akan terjadi sebagai sebuah akibat dari adanya stimulus. Setelah *organisme* mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya

Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka *stimulus* tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

**Gambar 2.1**

**Bagan Kerangka pemikiran**

Strategi Komunikasi Politik pada pemilu 2019 (Studi Kasus Pada Komunikasi politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) tentang penghapusan pajak Berkendara Pada Pemilihan Umum 2019)

Teori Integrasi Informasi

Teori Komunikasi Politik

S-O-R Hovland, et. al

*Stimulus*

*Organisme*

*Respons*

*Sumber : Hasil Modifikasi Penulis dan Pembimbing 2019*