

GDL

Digital Library Universitas Pasundan

PERAN MEDIA DAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM PROSES KEPEMIMPINAN PADA PEMILU 2009

**Retorika Vol.3,No,4 Hal.321 - 429 Bandung,Maret 2009**

Journal from JBPTUNPASPP / 2012-11-20 19:27:05

Oleh : Sutrisno, Ilmu Komunikasi

Dibuat : 2012-03-20, dengan 1 file

**Keyword :** Media, Political Communication, And Election 2009

**Subjek :** Komunikasi Politik

**Kepala Subjek :** Komunikasi Politik

SEJAK rezim orde baru, bangsa ini secara nyata mengalami krisis kepemimpinan di berbagai lapisan. Ada pemimpin, tetapi kurang atau tidak memiliki jiwa dan karakter kepemimpinan. yang memimpin kehilangan atau tidak didukung yang dipimpin, sedangkan yang dipimpin justru ingin menjadi para pemimpin.

**Properti**

ID Publisher

Organisasi

Nama Kontak

Alamat

Kota

Daerah

Negara

Telepon

Fax

E-mail Administrator

E-mail CKO

**Nilai Properti**

JBPTUNPASPP

Ilmu Komunikasi

Hilman Firmansyah

Jln. Setiabudi 193

Bandung

Jawa Barat

Indonesia

+6281320022883

firmansyah.hilman@yahoo.com.sg

firmansyah.hilman@yahoo.com.sg

Social

Like 0

Tweet 0

0

This work was carried out with the aid of a grant from INHERENT-DIKTI | Best Viewed with Firefox!

© 2006 ITB. All rights reserved. | Valid XHTML + CSS

Top ^

# RETORIKA

## Jurnal Ilmu Komunikasi

**Sosok Ebith Best-A dalam Pendekatan Dramatugi**  
*Rasman Sonjaya dan Dinar Permadi Rachman*

---

**Peran Media dan Komunikasi Politik dalam Proses  
Kepemimpinan pada Pemilu 2009**  
*Sutrisna*

---

**Analisis Wacana Naskah Berita Program "Bewara Malam"  
pada Stasiun Televisi PJTV Bandung**  
*Hj. Yulia Segarwati dan Ratna Oktaviana Juwita*

---

**Memahami Filsafat Komunikasi**  
*Heri Erlangga*

---

**Peranan Komunikasi dengan Masyarakat (Publik) dalam  
Pembentukan Peraturan Daerah yang Tepat Guna**  
*Latifah Adnani*

---

**Membangun Kekuasaan Lewat Komunikasi**  
*M. Nazaruddin*

---

**Peran Pers Kampus dalam Meningkatkan Kualitas Pemilu 2009**  
*Anang Usman dan Ade Priangani*

---

**Komunikasi dan Partisipasi Politik dalam Pemilu Presiden 2009**  
*Achdiat*

---

**Komunikasi sebagai proses Sosial dan Proses Budaya**  
*Trisa Nur Kania*

# JURNAL RETORIKA

## JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

Jurnal Retorika ini terbit dua kali setahun pada bulan September dan Maret, berisi artikel tulisan ilmiah dalam bentuk hasil penelitian, kajian analisis, aplikasi teori dan pembahasan tentang masalah-masalah komunikasi. Penerbitan jurnal ini bertujuan untuk meningkatkan kuantitas, kualitas dan menyebarkan kajian komunikasi sekaligus sebagai wahana komunikasi diantara cendekiawan, mahasiswa dan pemerhati masalah-masalah komunikasi.

### **Pemimpin Umum**

Drs. Deden Ramdan, M.Si

### **Pemimpin Redaksi**

Drs. Rasman Sonjaya, M.Si

### **Sekretaris Redaksi**

Drs. Sutrisno, M.Si

### **Dewan Redaksi :**

Dra. Hj. Yulia Segarwati, M.Si

Drs. Achmad Solihin, M.Si

Drs. Iing Saefudin, M.Si

### **Mitra Bestari :**

Ir. H. M. Ridho E'asy, MBA

Drs. Elfinaro Ardianto, M.Si

Drs. Oji Kurniadi, M.Si

Drs. M. Mahi Hikmat, M.Si

### **Penyunting Bahasa :**

Alif Oktavian, S.Ip

Dra. Titin Nurhayatin, M.Pd

### **Tata Usaha**

Ridwan Wijaya, S.Sos

### **Layout dan Printing**

BCM Offset 022-7000 75 17, 022- 203 89 34

**Alamat Redaksi dan Tata Usaha :** Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.

Jalan Lengkong Besar 68 Telp. 022 - 420 5945 Bandung 40142.

JURNAL RETORIKA diterbitkan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Penanggung Jawab : **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

Redaksi menerima tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media cetak lain. Syarat-syarat, format dan tata aturan tulisan dapat dilihat pada petunjuk bagi penulis di sampul belakang dalam jurnal ini. Data yang masuk ditelaah oleh redaksi untuk dinilai kelayakannya. Redaksi dapat melakukan pengeditan atas tulisan yang dimuat tanpa mengubah maksud dan isinya.

4

ISSN : 0852 - 5757

---

# JURNAL RETORIKA

## JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

---

### Daftar Isi

Daftar Isi	i
Pengantar Redaksi	ii
Sosok Ebith Best-A dalam Pendekatan Dramatugi Rasman Sonjaya dan Dinar Permadi Rachman	321 - 348
Peran Media dan Komunikasi Politik dalam Proses Kepemimpinan pada Pemilu 2009 Sutrisno	349 - 368
Analisis Wacana Naskah Berita Program "Bewara Malam" pada Stasiun Televisi PJTV Bandung Hj. Yulia Segarwati dan Ratna Oktaviana Juwita	369 - 387
Memahami Filsafat Komunikasi Heri Erlangga	388 - 394
Peranan Komunikasi dengan Masyarakat (Publik) dalam Pembentukan Peraturan Daerah yang Tepat Guna Latifah Adnani	395 - 403
Membangun Kekuasaan Lewat Komunikasi M. Nazaruddin	404 - 410
Peran Pers Kampus dalam Meningkatkan Kualitas Pemilu 2009 Anang Usman dan Ade Priangani	411 - 416
Komunikasi dan Partisipasi Politik dalam Pemilu Presiden 2009 Achdiat	417 - 423
Komunikasi sebagai proses Sosial dan Proses Budaya Trisa Nur Kania	424 - 429

## PENGANTAR REDAKSI

Asslamu,alaikum wa rahmatullahi wa barakaatuh.

Berbagai segi komunikasi sejak lama menjadi subjek kajian akademik, terlebih ketika memasuki abad informasi dan komunikasi, nampak semakin menunjukkan sosoknya yang semakin lengkap.

Kajian komunikasi, sejalan dengan perkembangan akan mengikuti perubahan-perubahan, baik gradual maupun radikal yang terjadi pada perkembangan praktis komunikasi dan informasi, objek kajian komunikasi baik formal maupun material menuntut adanya perluasan dan keberagaman karena adanya tuntutan-tuntutan yang muncul sebagai akibat dari dikonstruksinya berbagai realitas komunikatif menurut sudut pandang-sudut pandang baru.

Ingar bingar pemilu 2009, memberikan inspirasi munculnya kajian komunikasi politik, peran media, kajian takar dan naskah berita dalam media massa, disamping yang paling pokok adalah kajian komunikasi itu sendiri dengan berbagai dimensinya baik sebagai proses sosial budaya, filsafat komunikasi dan upaya-upaya membangun kekuasaan melalui komunikasi.

Edisi ke empat Jurnal Retotika hadir kembali dihadapan anda dengan harapan dapat menjembatani tumbuh suburnya *sharing* pemikiran dan wacana kritis bagi insan-insan yang haus akan ilmu dan berkontribusi membangun ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum wa rahmatullaahi wa barakaatuh.

PERAN MEDIA DAN KOMUNIKASI POLITIK  
DALAM PROSES KEPEMIMPINAN PADA PEMILU 2009

Sutrisno

**Abstract**

*Media has been public's concern, because it has been used as a tool of mediation between obsession, fancy, and product of man's thought and real life system. Media has been a part of people's life, a part of elits, politicians, celebrities life because of its use for fame and infamy. Media can easily make someone publicised and at the same time media may undoubtedly make elits and politicians infamous as well as kill their characters when they do coercive act, coorruption, public deception. Media can help people to see the quality of elits and politicians. Elis and politicians for whom we want to vote should be fair, smart, responsive, consistent and accountable.*

**Keywords :** *Media, Political Communication, and Election 2009.*

**1. Pendahuluan/Abstraksi Kepemimpinan Nasional**

SEJAK rezim Orde Baru, bangsa ini secara nyata mengalami krisis kepemimpinan di berbagai lapisan. Ada pemimpin, tetapi kurang atau tidak memiliki jiwa dan karakter kepemimpinan. Yang memimpin kehilangan atau tidak didukung yang dipimpin, sedangkan yang dipimpin justru ingin menjadi para pemimpin. Akibatnya, banyak aspek penyelenggaraan negara di berbagai sektor yang tidak sejalan dengan harapan publik. Lebih dari itu krisis kepemimpinan menimbulkan kerugian yang amat besar pada bangsa, masyarakat, dan perorangan baik dewasa ini maupun masa yang akan datang.

Wujud konkret dari krisis kepemimpinan dalam penyelenggaraan negara adalah beragam keputusan berupa perundang-undangan, peraturan-peraturan, dan lain-lainnya yang tidak berpihak kepada

rakyat dan kurang adil, lebih menguntungkan pihak tertentu, dan bertentangan dengan peraturan yang lebih tinggi.

Yang paling buruk dan memprihatinkan adalah banyaknya perundang-undangan dan peraturan-peraturan yang dibuat dengan biaya mahal, tetapi tidak dapat ditegakkan. Maka dari itu, praktik penyelenggaraan negara penuh dengan penyimpangan-penyimpangan, salah prosedur, penyalahgunaan wewenang, personalisasi kekuasaan, asal atasan senang, bawahan serba salah, inefisiensi, korupsi, penghamburan uang rakyat, kerusakan lingkungan, bertambah parahnya kemiskinan dan kesenjangan kaya-miskin, dan ancaman gagal negara (*state failure*). Singkat kata, semua itu merupakan *bad governance*.

Semua itu akhirnya kembali kepada pemimpin atau ketua berupa gugatan atas amanat dan mandat yang diberikan kepadanya. Hal itu ditunjukkan dengan banyak seringnya demonstrasi dan protes yang dilakukan mereka 'yang dipimpin'. Yang tampak aneh adalah banyaknya gejala, yakni 'yang dipimpin' ingin mengganti' sendiri secara demokratis. Keanekan itu mengundang pertanyaan, yang salah atau bermasalah itu individu pemimpinnya, yang memilih pemimpin, sistem pemilihan demokratisnya, atau konsep (sistem) kepemimpinannya?

Untuk menjawab pertanyaan atau memahami masalah tersebut, perlu digunakan pendekatan berpikir yang bisa disebut pendekatan individual, personal, atau mentalistik, dan pendekatan sistem, minstitusional, atau struktural. Mengingat pemahaman atas realitas masalah dibatasi satu sudut pandang pada suatu waktu maka penggunaan kedua pendekatan secara komplementer akan memberikan hasil yang lebih memadai.

Akan tetapi, di negeri ini khususnya, kebanyakan orang memahami masalah dengan pendekatan individual. Setiap masalah disimpulkan timbul karena faktor orangnya. Ungkapan yang populer untuk itu adalah 'terpulang kepada individu atau pribadi masing-masing'. Masalah tersebut akan dijawab yang salah adalah individu pemimpinnya. Maka, itu, solusinya adalah mencari figur yang tepat.

Bagaimana mendapat sosok pemimpin yang tepat? orang tidak lagi hanya menunggu datangnya 'ratu adil' atau 'satria piningit'. Sekarang solusinya sudah lebih maju, yakni dengan menciptakan sistem, mekanisme, kriteria pemilihan seperti yang dikenal sekarang, dengan ciri utama yang langsung dan demokratis, tetapi berbiaya sangat mahal dan bahkan menjadi industri pemilu bernilai triliunan rupiah. Begitulah

yang terus-menerus dilakukan hingga kini, termasuk puluhan pilkada, tetapi hasilnya masih saja atau bahkan terus mengecewakan.

Yudhoyono, priseden terpilih dengan persentasi tertinggi jika dibandingkan dengan para priseden sebelumnya, kini juga dinilai mengecewakan terbukti dengan angka popularitas yang terus menurun. Itu berarti terdapat kelemahan dalam sistem ataupun mekanisme pemilihan demokratis itu.

Lalu, apa yang salah itu' yang memilih'? ada ungkapan, 'bagaimana pemimpin begitulah masyarakat' (pemilihnya). Masyarakat juga bersalah sebab mereka ingin memiliki pemimpin yang juga memiliki sifat dasar seperti mereka. Ekonom peraih penghargaan Nobel 1974, Gunnar Myrdal dalam Asian Drama (1968) mengatagorikan banyak negara bangsa di Asia, termasuk Indonesia, sebagai *soft-state*. Masyarakat Indonesia berkarakter fleksibel, lembut, lunak, atau lembek, tidak tegas, dan kurang menyukai yang tegas.

Oleh karena itu, mayoritas masyarakat kita memilih pemimpin yang seperti itu. Mayoritas tidak memilih pemimpin yang tegas sebab khawatir akan menjadi bumerang, yakni ketika melakukan kesalahan, ataupun memiliki kesalahan dimasa lalu, ditindak secara tegas. Sebuah sikap yang tidak jujur, tidak konsisten, dan tidak konsekuen.

Maka tidak mengherankan, sosok seperti Amien Rais yang jujur, tegas, berani, dan berkembang dimuhammadiyah, tetapi terhalang dikancah tertinggi Pemilihan Priseden 2004. tampak disini, suara mayoritas yang 'dikeramatkan' dalam demokrasi tidak dapat menghindari kekecewaan terus-menerus dalam bernegara. Tidak mengherankan pula bila persentase 'pengguna hak pilih golput' terus meningkatkan.

Bila kelemahan kelemahan kronis itu ada pada pemimpin, apalagi yang harus dilakukan terhadap krisis kepemimpinan itu.

Pendekatan personal dan sistemik sudah dilakukan, namun belum cukup jauh, bahkan belum *out of the box*. Tampaknya yang belum dikaji cermat adalah kelemahan konsep atau sistem kepemimpinan yang diterapkan dalam praktik penyelenggaraan negara, yang sangat mungkin menimbulkan krisis kepemimpinan.

Sebab utama yang berkaitan dengan kajian itu adalah fakta negara atau kerajaan manapun sejak dahulu dipimpin pemimpin atau diketuai ketua dan pemimpin atau ketua itu adalah seseorang. Kenyataan historis objektif itu tanpa disadari banyak orang yang membentuk suatu paradigma dalam memandang, merumuskan, menyikapi dan mempraktikkan kepemimpinan dalam penyelenggaraan negara.

Simaklah semua definisi, konsep, dan teori tentang pemimpin dan kepemimpinan, tanpa kecuali mengacu pada orang atau ketua. Itulah yang dapat diberi label 'paradigma kepemimpinan ketua' atau 'paradigma kepemimpinan orang'.

Oleh karena itu, dinegeri ini pun sejak dahulu praktik kepemimpinannya juga demikian maka teori yang diadopsi dari luar dan lalu diterapkan juga tidak berbeda. Ada banyak faktor yang membuat langgeng dan terus berkembangnya 'paradigma kepemimpinan ketua'. Namun secara keseluruhan, penerapan paradigma itu memang lebih menguntungkan pemimpin/ketua dan orang-orang dekatnya, sekalipun sangat banyak kelemahannya yang justru sangat merugikan masyarakat, bangsa, maupun masa depan peradaban manusia.

Oleh karena itu, upaya menggesernya bukanlah hal yang mudah sebab faktor kunci perubahan masih berada

pada tangan orang yang manjadi pemimpin atau ketua. Kecuali, paradigma alternatifnya dapat disebarluaskan media masa kepada masyarakat luas yang dirugikan 'paradigma kepemimpinan ketua' atau oleh seorang pemimpin yang bertipe *benevolen autocratic*, otoriter, namun dibimbing kehendak baik.

Paradigma alternatif itu sesungguhnya lebih layak dipilih dan ditempuh. Paradigma kepemimpinan sesuai dengan hasil renungan dan kearifan para bapak bangsa. Ada Yang berbeda antara paradigma kepemimpinan ketua dengan kepemimpinan pemimpin, dimana pemimpin karena faktor simpati, kharismatik seseorang dan ada ketaatan murni kepada orang tersebut sedangkan ketua karena hasil dari sebuah produk birokrasi ataupun demokrasi semu.

Salah satu pendapat pengamat mengatakan tentang hak rakyat atas demokrasi berdasarkan Dasar Negara pada Sila keempat Pancasila berbunyi kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusawaraan/ perwakilan'. Jika fokus pada 'yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan', tampaklah yang memimpin bentuk kerakyatan atau demokrasi sebagai sistem besar pembuatan keputusan publik adalah hikmat kebijaksanaan. Jadi, yang memimpin itu hikmat kebijaksanaan dan bukan ketua atau pemimpin.

Sikap kebijaksanaan bisa terdapat dalam diri siapa saja, berupa pendapat yang jujur dan logis. Tinggal bagaimana memfasilitasi proses pembuatan keputusan yang mengharuskan hanya pendapat yang jujur dan logis tidak dapat dijadikan keputusan dengan cara apa pun. Khusus untuk pesta demokrasi Indonesia pada Pemilu 2009 krisis kepemimpinan inipun terjadi, hal ini terlihat berdasarkan hasil survei beberapa media seperti : Trans TV, TV One, Metro TV, dan Lembaga-lembaga survei lainnya seperti LSI maupun LSM menyatakan



bahwa masih sangat kebingungan masyarakat menentukan pilihan para calon legislatif maupun presidennya, sehingga koordinasi dan konsolidasi masih terasa maksimal padahal pelaksanaan sudah cukup dekat.

## 2. Landasan Pemikiran

### 2.1. Media

Ada pertentangan di kalangan para ahli mengenai pengaruh mana yang lebih besar antara surat kabar dan televisi pada agenda setting. Beberapa studi menunjukkan bahwa surat kabar ternyata lebih penting dalam agenda setting (Epstein, 1988:98). Indikasi lain menunjukkan bahwa surat kabar hanya pada tahap awal, selanjutnya televisi yang berperan besar (Mc Combs, 1977:67). Sebuah ulasan menyajikan bahwa televisi memiliki pengaruh yang bisa dipertimbangkan, sedangkan dipihak lainnya mengemukakan pandangan bahwa banyak kasus disurat kabar dijadikan sebuah agenda.

Ada beberapa sifat masing-masing media tersebut. Pada media massa cetak, pesan umumnya dapat didokumentasi. Pada televisi, ada beberapa kelebihan yang tidak terdapat pada media cetak. Informasi yang disajikan lewat televisi menjadi lebih hidup dengan adanya visualisasi lewat penayangan gambar-gambar hidup dan bergerak. Yang hampir dapat disamakan adalah bahwa apa yang kita baca di surat kabar maupun yang kita saksikan ditelevisi, tak lebih merupakan realitas kedua (*second hand reality*). Ini berarti apa yang kita dapatkan dari media merupakan hasil pengolahan atas realitas sesungguhnya.

McLuhan (Luhan 1985:63) menyebutkan bahwa media merupakan perpanjangan dari alat indera kita. Khususnya dalam surat kabar dapat dipertegas terjadinya proses *gatekeeping* yang berusaha menyeleksi berita atau informasi yang disajikan kepada khalayak. Sedangkan

khalayak memperoleh informasi tersebut semata-mata berdasarkan apa yang di media tersebut.

Dalam konteks ini media massa mempengaruhi persepsi khalayak. Oleh karena itu, dalam surat kabar, agenda media tentu berkaitan dengan agenda masyarakat (*publik agenda*). Agenda publik dapat saja diketahui dari pertanyaan tentang apa yang masyarakat pikirkan, apa yang dibicarakan dengan orang lain, dan apa yang mereka anggap sebagai masalah yang menarik perhatian masyarakat (*community salience*). Dan terbukti pemberitaan media selama ini baik berbentuk Binder, pers pamlet, Spanduk, iklan di radio, koran, televisi, maupun Via internet sangatlah mendominasi image masyarakat pemilih saat ini. Sehingga para caleg maupun para calon presiden rela mengorbankan ratusan juta bahkan miliaran rupiah untuk melakukan berbagai bentuk publikasi melalui media yang dapat kita lihat setiap saat pada persiapan pemilu 2009 ini.

### 2.2. Komunikasi Politik

Komunikasi Politik yang merupakan sederetan kegiatan-kegiatan komunikasi yang bermuatan politik atau kegiatan komunikasi yang memuat kepentingan-kepentingan kenegaraan. Sedangkan menurut LiliWeri Konsep komunikasi politik lebih mengarah kepada:

Suatu proses, aktivitas, dan kegiatan komunikasi yang berkaitan masalah politik. Dengan kata lain komunikasi politik proses pertukaran pesan-pesan politik di antara Komunikator politik, misalnya anggota DPRD dan komunikan politik (masyarakat) Propaganda atau kampanye Partai politik. Sehingga komunikasi politik lebih Merupakan kebijaksanaan umum guna bagaimana seharusnya mengelol atau Memenej komunikasi. (Liliweri, 2000:3)

Dari ungkapan tersebut, maka dapat diambil makna bahwa komunikasi politik lebih merupakan aktivitas dan kegiatan komunikasi dalam perjuangan untuk mengambil keputusan tentang kebijaksanaan umum yang menyakut kepentingan masyarakat banyak. Hal tersebut sesuai dengan pemikiran Onong Uchyana Effendi yang menganggap bahwa;

Komunikasi politik merupakan suatu aktivitas pertukaran pesan yang dilakukan Seseorang, sekelompok orang, atau suatu lembaga dalam upaya memperoleh Kewenangan untuk membela rakyat, baik dalam fungsi sebagai pelaksana Pemerintahan maupun sebagai anggota sebuah struktur sosial masyarakat, dan dapat Mempengaruhi suatu kebijakan sistem kekuasaan atau pemerintah dalam berbagai Komponen. (Effendi, 1985:277)

Dengan demikian keterlibatan perempuan dan laki-laki dalam aktivitas politik, bukan hanya untuk kepentingan masing-masing, akan tetapi demi kepentingan rakyat banyak, dan saling menunjang dan melengkapi sehingga tercipta kesetaraan dan keadilan. Laki-laki memperjuangkan kepentingan perempuan, demikian juga sebaliknya, itu dalam tataran ideal. Pada kenyataannya tidaklah seperti tataran ideal, laki-laki lebih cenderung lupa untuk mengingat kepentingan-kepentingan perempuan dan otomatis tidak mempermasalahkannya. Disinilah dituntut persaudaraan yang kuat antara dua status gender tersebut. Dalam Islam persaudaraan lebih dikenal dengan sebutan *ukhuwah Islamiah*.

Proses komunikasi politik dalam tindakan sosial diarahkan pada pencapaian pengaruh kelompok-kelompok sosial melalui pesan-pesan politik. Pengaruh pesan pada

massa itu tidak mampu lagi membedakan kelas dalam kehidupan. Pesan dapat diserap secara langsung oleh komponen masyarakat yang menginginkan. Astrid S.Susanto mengemukakan bahwa:

Masalah yang dibahas dalam kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua Warganya melalui suatu sanksi "yang ditentukan bersama" oleh lembaga-lembaga Politik. Sebab inilah kegiatan komunikasi politik merupakan suatu kegiatan prapolitik Karena baru mencapai usaha untuk mencapai pengaruh yang dapat mencapai suatu Situasi sehingga lembaga-lembaga politik dalam suatu negara perlu membahasnya dan Mengambil suatu sikap keputusan. Dengan demikian, melalui kegiatan komunikasi Politikakan terjadi realisasi penghubungan atau pengaitan masyarakat sosial dengan Negara sehingga komunikasi politik dapat dipahami sebagai sarana untuk pendidikan Politik atau kesadaran warga dalam hubungan kenegaraan. Komunikasi politik dapat Terjadi melalui komunikasi sosial dan komunikasi massa atau pembangunan. (Susanto, 1985:2)

Komunikasi politik, juga merupakan sebuah proses dalam memaknai bersama tentang suatu pesan-pesan yang mengakut tentang persoalan-persoalan kenegaraan. Proses komunikasi politik dalam sebuah struktur tatanan etika politik masyarakat dipengaruhi oleh berbagai informasi di masyarakat. Terutama menyakut masalah isu-isu politik dikembangkan melalui propaganda-propaganda politik yang dilakukan oleh aktivis politik. Propaganda sebagai cara untuk menyebarluaskan isu-isu politik menggunakan simbol-simbol yang harus dimaknai atau diinterpretasikan secara

bersama. Pilihan setuju atau tidak, mendukung atau tidak dengan program yang ditawarkan adalah pemilihan dan tergantung padasepenuhnya pada komunikasi. Dan Nimmo menjelaskan:

Komunikasi politik merupakan proses interpretatif penyusunan personal, warga Negara dengan mempertimbangkan beberapa pengaruh yang potensial pada Kemungkinantanggapan terhadap komunikasi politik: pengaruh sosial dan sosialisasi (rekan, keluarga, kawan sebaya, orang lainyang dianggap penting dalam kehidupan seseorang), kecenderungan dalam susunan kepercayaan, nilai, rencana dan psikologis; dan faktor-faktor hukum dan konstitusional. Melalui pilihan untuk berpartisipasi atau tidak, dan bagaimana warga negara juga menyusun dan mengungkapkan pada opini. (Nimmo, 1999:22)

Dengan demikian lingkungan juga berpengaruh dalam berperilaku politik dan memilih partai politik. Berperannya rekan, keluarga, dan lingkungan sosial lainnya yang berhubungan langsung dengan komunikasi. Dalam hal ini juga berpengaruh kepercayaan, agama yang nilai-nilai yang dianut seseorang. Jika kebijakan politik yang ditawarkan satu partai politik lebih dekat dengan kepercayaan nilai-nilai yang dianut seseorang, maka akan mudah seseorang tersebut berafiliasi dengan partai politik tersebut.

Salah satu isu yang akan dikembangkan dengan komunikasi politik adalah isu tentang gender. Bagaimana keterwakilan perempuan di parlemen dan pengarus utamakan gender dalam pembangunan, dan keterlibatan perempuan di pentas politik. Dan beberapa isu tentang kesetaraan gender. Atau kebijaksanaan-

kebijaksanaan yang terwawasan gender, dari isu-isu yang berkembang di dunia politik, perempuan perlu bersentuhan langsung dengan komunikasi politik tersebut, saat ini KPU juga telah menerbitkan peraturan terbaru untuk mengurutkan urutan jadi caleg dengan cara mengambil caleg perempuan setelah caleg laki-laki di parpol masing-masing. Sehingga kemungkinan jumlah anggota dewan akan seimbang antara laki-laki dan perempuan pada hasil pemilu 2009.

### 2.3. Media dan Komunikasi Politik

Dalam percaturan politik peranan dan fungsi media massa dianggap sangat penting. Sebagai media pesan politik mampu mempengaruhi pembentukan struktur sosial mupun partisipasi masyarakat untuk menciptakan sistem politik yang lebih demokratis. Peranan ini menempatkan media massa, juga televisi, sebagai saluran komunikasi politik. Media menjadi saluran komunikasi yang efektif. (Kaid dalam Nasution;1995:90)

Aspek politik dari media komunikasi massa memang cukup penting untuk dipahami karena secara faktual aspek-aspek tersebut merupakan bagian yang tak terpisahkan dari media massa itu sendiri. Media massa sebagai kekuatan keempat diakui memiliki kemampuan untuk mempengaruhi khalayak. Dalam konteks komunikasi politik, media mampu mempengaruhi para pemilih dalam sebuah politik, dan kekuatan media seperti ini bersumber pada tiga hal yakni struktural, psikologis dan normatif.

Akar struktural kekuatan media massa bagi para politisi, ukuran dan komposisinya tidak akan diperoleh pada jenis media lain, dalam memperoleh jumlah besar khalayak. Secara historis pun, meningkatnya

peran media massa dalam politik antara lain terletak pada pelipatan khalayak sampai pada tingkat tertentu, yang umumnya telah berhasil mengatasi hambatan yang sebelumnya dihadapi: misalnya rendahnya tingkat pendidikan, tipisnya minat pada politik. Sedangkan akar pada psikologis dari kekuatan media bersumber pada hubungan kepercayaan (*credibility*) dan keyakinan yang berhasil diperoleh (dengan tingkat berbeda) oleh orang dari anggota khalayaknya masing-masing. Media massa memiliki instrumen teknologi yang independen, yang produknya dapat menjangkau ke tengah-tengah masyarakat dalam jumlah yang besar.

Media massa turut berperan dalam proses sosialisasi dari satu generasi ke generasi berikutnya. Mc Quail (1989:121) juga mengatakan bahwa institusi media menyelenggarakan prpengaoduksi, reproduksi dan distribusi pengetahuan yakni dalam artian serangkaian simbol mengenai pengalaman kehidupan sosial.

Dalam melihat fungsi penyebaran dari media maka akan ditelaah mengenai pengaruh dan dampak dari media massa pada khalayaknya. besar kecilnya pengaruh dan dampak media massa dapat diamati berdasarkan besar kecilnya ketergantungan terhadap media tersebut. Berdasarkan teori ketergantungan media dari *De Fleur dan Ball Rokeach*, media adalah suatu sub sistem di dalam suatu sistem yang lebih besar dimana diantara sub-sub sistem saling berinteraksi. Jenis hubungan yang terjadi yaitu antara sistem sosial, sistem media dan khalayak dapat bersifat kooperatif, kompetitif dimana keadaannya dapat berubah atau tetap (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976:51).

Respons yang timbul pada khalayak akibat adanya stimuli dari sistem media, dapat berupa perubahan pengetahuan, sikap atau tngkah laku. Semula akibat proses komunikasi, dalam hal ini media massa, diduga dapat mempengaruhi

khalayak secara langsung. Ini yang sering disebut sebagai *hyphodermic needle* yang menganggap bahwa setiap pesan yang disebarkan akan secara langsung dan segera mendapat respon dari penerimanya. Hal ini mulai diperkenalkan melalui konsep *two step flow of communication* dari Lazarsfeld, yaitu bahwa penyebaran inovasi tidak secara langsung dari media massa pada individu-individu, tetapi terlebih dulu diterima oleh "pemuka pendapat" dan disampaikan pada anggota kelompoknya (Schramm, 1976:65).

Implikasinya peran media massa tidak dapat secara langsung mengubah tingkah laku khalayaknya. Menurut Schramm, media massa hanya dapat menumbuhkan kesadaran dan pengetahuan, sedangkan komunikasi interpersonal dianggap efektif dalam mengubah tingkah laku (Schramm, 1976:43). oleh karenanya terpaan-terpaan tersebut sangat mempengaruhi pembentukan pengetahuan, sikap dan tingkah laku (*Knowledge, Attitude dan practice*).

Atkin (dalam dan Nimmo; 1987:68) mencatat bahwa kriteria sosialisasi dikategorikan ke dalam dimensi-dimensi kognitif, afektif dan behavioral. Secara khusus efek kognitif mencakup kesadaran dan pengetahuan yang diperoleh dari isi media berita. Efek afektif mencakup tingkat evaluasi mengenai aktor politik, lembaga-lembaga, kepentingan dalam masalah publik. Efek behavioral mencakup kegiatan komunikasi antar personal mengenai materi politik, partisipasi dalam kampanye maupun pemilihan umum. Dari hasil evaluasi beberapa penelitian yang berhubungan dengan efek kognitif, Atkin menyimpulkan bahwa (Atkin 1987:78)

Media masa menghasilkan dampak yang penting pada aspek kognitif. Sedangkan pada efek Afektif, media massa secara signifikan mempengaruhi orientasi afektif, walaupun

Dampaknya tidak sebesar orientasi kognitif. Variabel-variabel yang banyak Pengaruhi oleh *exposure* berita adalah *interest*, sikap pada pemimpin, pendapat tentang Isu-isu identifikasi pada partai, yang kesemuanya itu sulit untuk diubah.

Seperti apayang dikemukakan Atkin, informasi dari media massa mempengaruhi perubahan kognisi, hal ini berarti perubahan tingkat pengetahuan akibat frekuensi terpaan informasi media massa. Dalam hubungan ini Rogers dan Shoemaker membagi type pengetahuan menjadi 3, yaitu :pengetahuan "sadar kenal" atau "*awareness knowledge*"; pengetahuan "teknis" atau "*how to knowledge*"; dan pengetahuan "prinsip" atau "*principle knowledge*" (Roger dan Shoemaker, 1982;59). Mengacu pada pendapat Rogers dan Shoemaker, maka;

Terpaan informasi dari media massa berhubungan dengan jenis pengetahuan yang Dikemukakan. Jenis pengetahuan ini tidak lain merupakan tingkatan pengetahuan yang Dimiliki khalayak. Pengetahuan "sadar kenal" khalayak adalah saat di mana khalayak Menyadari khalayak adanya informasi politik tetapi belum memiliki pengetahuan yang lebih mendalam; pengetahuan "teknis", di mana khalayak memiliki pengetahuan yang lebih mendalam mengenai informasi politik yang diterima dari media massa. Hal ini barangkali frekuensi terpaan lebih tinggi, dan juga kelengkapan informasi yang disampaikan lebih baik.

Sedangkan yang terakhir adalah pengetahuan prinsip, dimana khalayak memiliki pengetahuan tentang informasi

politik yang diterima dari media massa paling lengkap. Oleh karena itu kesengjang tingkat pengetahuan ini terjadi pada khalayak media massa, terdapat kelompok khalayak yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi dan juga terdapat kelompok khalayak yang memiliki tingkat pengetahuan rendah.

Hubungan tingkat pengetahuan informasi politik yang dimiliki khalayak tidak langsung menggerakkan seseorang untuk bertindak laku sesuai pengetahuan yang dimilikinya. Hal ini karena pengetahuan mengenai informasi politik, akan mempengaruhi sikap seseorang. Littlejohn mengemukakan teori Integrasi Informasi yang berfokus pada cara manusia mengakumulasikan dan mengorganisasi informasi mengenai orang, objek, situasi, atau ide untuk membentuk sikap terhadap suatu konsep.

Littlejohn (1989:68) mengemukakan suatu sikap biasanya diartikan sebagai suatu predisposisi untuk bertindak melalui cara positif atau negatif terhadap sikap. Menurut teori ini suatu sistem sikap individu dipengaruhi oleh informasi yang diterima dan digabungkan ke dalam sistem informasi sikap. Semua informasi nmemiliki potensi mempengaruhi sikap seseorang, tetapi tingkat pengaruh terhadap sikap tergantung pada 2 variabel (Littlejohn, 1989:186)

Pertama adalan valensi, yaitu penilaian individu mengenai apakah informasi itu merupakan Berita yang baik atau berita yang buruk. Tetapi baik buruk berita itu tergantung sikap dan Kepercayaan seseorang. Jika siakp dan kepercayaan orang mendukung informasi itu maka Dikatakan informasi itu baik, demikian sebaliknya. Kedua, bobot informasi, yaitu merupakan Fungsi kredibilitas. Jika seseorang menganggap informasi itu benar, maka informasi itu Memiliki bobot

yang lebih tinggi, demikian sebaliknya. Valensi berpengaruh pada bagaimana Informasi mempengaruhi sikap, sedangkan bobot berpengaruh pada tingkatan informasinya. Jadi misalnya, apabila bobotnya rendah, informasinya memiliki sedikit pengaruh, apapun Valensinya.

Walaupun demikian perubahan sikap atau terjadi karena berbagai sebab. Newcomb, Turner, dan Converse mengemukakan, perubahan sikap secara umum tergantung dari penerimaan informasi baru yang dengan suatu cara relevan bagi obyek-obyek sikap dari sudut pandang si pemegang sikap. Terdapat 2 keadaan khusus perubahan obyek yaitu, *pertama*, barang kali obyek sikap memang telah berubah, atau *kedua* hanya informasi kita mengenai obyek itu yang telah berubah tanpa ada perubahan yang sesungguhnya pada obyek. Perubahan obyek yang sesungguhnya, artinya obyek sungguh-sungguh mengenai perubahan dalam sifatnya dan kita menerima informasi mengenai perubahan-perubahan itu. Sedangkan perubahan-perubahan pada informasi mengenai obyek sikap yaitu, terdapat suatu golongan penting dari kejadian-kejadian di mana obyek tetap, tetapi perubahan sikap terjadi karena adanya informasi baru yang diterima individu.

Selanjutnya kemukakan sikap memiliki dua ciri dasar yaitu arah dari sikap dan derajat afeksi. *Pertama*, dengan "arah" suatu sikap kita maksudkan hanya bahwa afek yang membekas yang dirasakan terhadap suatu obyek dapat bersifat positif ataupun negatif. sikap positif mencenderungkan orang yang bersangkutan kepada pendekatan terhadap obyek; sikap negatif mencenderungkan orang yang bersangkutan kepada semacam penghindaran terhadap obyek. *Kedua*, karena suatu sikap dapat dilihat sebagai penilaian terhadap suatu obyek tertentu dengan istilah "baik-buruk", maka jelas bahwa orang itu

dapat menilai suatu obyek sebagai "cukup baik" saja. Dengan kata lain, ada derajat-derajat kebaikan atau keburukan yang dapat dikenakan kepada obyek. dalam bahasa yang lebih biasa, sikap-sikap terhadap suatu obyek sedikit banyak "ekstrim" (Newcomb, Turner, Converse, 1985:112). Identifikasi partai misalnya adalah sangat penting, karena dapat menjadi sebab utama bagi tingkah laku memilih dalam pemilihan umum seorang individu. Identifikasi partai mengacu pada pengakuan psikologi seorang individu terhadap suatu partai politik atau organisasi politik tertentu. Proses ini berkembang sejak awal dalam hidup melalui proses sosialisasi politik.

Sikap, dalam konteks ini, mempengaruhi tingkah laku *overt*. Namun demikian, kesesuaian sikap dan tingkah laku yang relevan tidak bisa diharapkan secara sempurna karena menurut Newcomb, Turner, Converse (1) tingkah laku adalah hasil tidak saja dari sikap-sikap tetapi juga dari situasi sesaat; dan (2) sikap-sikap yang relevan bagi suatu situasi sering merupakan silap-sikap berganda. Dalam kenyataan yang berlangsung dari situasi-situasi yang berkembang, tingkah laku kita sedang terjadi, sehingga tingkah laku kita tidak hanya menghadapi momentum tunggal (Newcomb, 1985:55). Dengan demikian tingkah laku pun dapat berubah pada saat tertentu.

Lazarsfeld dan kawan-kawan sejak lama pada sekitar tahun 1940-an menemukan bahwa pembentukan keputusan memilih dari seorang pemilih dalam pemilihan presiden, pada masa kampanye, 1 bulan setelah kampanye dan 1 minggu sebelum dilakukan pemilihan di bulan November dapat mengalami perubahan (Lazarsfeld, 1988: 77). Hal ini terjadi karena pengaruh masa kampanye menjelang pemilihan yang secara gencar terus dilakukan. Walaupun tingkah laku sangat dipengaruhi oleh sifat situasi sesaat, orang-orang berbeda dalam apa yang mereka bawa ke dalam situasi, sehingga dalam batas-batas yang ditentukan oleh

situasi mereka berbeda dalam respons terhadap situasi itu. Dengan demikian tingkah laku itu ditentukan secara bersama-sama oleh sikap-sikap individu di satu pihak dan oleh situasi (sebagaimana situasi itu dipersepsi) di pihak lain.

Dalam pemahaman tingkah laku lain yang kedua, bahwa setiap obyek atau situasi yang kompleks terhadap mana kita mengadakan respons, mengikuti sertakan sejumlah sikap-sikap sekaligus. Dalam situasi-situasi yang ada, tingkah laku merupakan *resultante* dari seluruh konfigurasi sikap-sikap yang relevan (Turner, 1985:125). dapat diuraikan contoh disini misalnya, seorang mahasiswa salah satu perguruan tinggi katolik yang secara kebetulan beragama kristen dalam suatu pemilihan umum di kotanya, di mana barangkali banyak mahasiswa sebaya yang beragama berbeda dalam kelompoknya, sehingga tingkah lakunya berada di antara sikap kelompoknya dan sikap pribadinya yang terbentuk karena sosialisasi yang dilakukan dalam lingkungannya jangkah panjang. Menurut Turner perbedaan-perbedaan yang demikian menjadi jelas, bila derajat berbagai sikap dalam sistem turut serta diperhitungkan, apabila dua sikap sama-sama relevan dalam suatu situasi dan cenderung menghasilkan jawaban-jawaban yang berbeda, maka sikap yang lebih kuat "menang" atas sikap yang lebih lemah. Penelitian yang dilakukan Katz dkk

dimana pendekatan fungsional terhadap perubahan sikap. mereka menyatukan dua model penting dimana; *Pertama* adalah model irasional, yang menganggap bahwa manusia adalah mahluk hidup Tanpa berpikir yang kepercayaannya dengan mudah dipengaruhi oleh orang-orang disekitarnya. *Kedua* adalah model rasional, yang menganggap bahwa manusia adalah pemikir kritis dan Intelegen, sehingga dapat

mengambil kebijaksanaan apabila diberi informasi yang banyak. (dalam Tankard, 1989:54)

Dengan demikian sebenarnya manusia memiliki keduanya yaitu irasional dan rasional, tergantung pada orang-orangnya, dipengaruhi juga oleh situasi, motivasi pada saat-saat tertentu. Pemikiran ini memiliki implikasi penting untuk masalah perubahan sikap. sehubungan dengan hal itu, Katz memberi ciri 4 fungsi utama mengenai sikap yaitu: (Katz ;1989:59)

- 1). Instrumental, fungsi utilitarian atau mengatur. Beberapa sikap dipertahankan karena orang berusaha memaksimalkan ganjaran di lingkungan luarnya dan meminimalkan hukuman. Contohnya, seseorang pemilih yang berpikir bahwa pajak terlalu tinggi, akan mendukung calon politik yang berjanji mengurangi pajak.
- 2). Fungsi mempertahankan ego. Beberapa sikap yang dipertahankan karena orang-orang melindungi ego mereka dari dorongan yang tak dapat diterima, juga terdapat ancaman tanpa kekerasan. Perasaan rendah diri, misalnya, sering diproyeksikan pada kelompok minor sebagai suatu maksud memperkuat ego. Contohnya sikap berprasangka.
- 3). Fungsi pengungkapan nilai. Beberapa sikap dipertahankan karena sikap itu menyetujui seseorang memberikan pengungkapan positif terhadap nilai sentral dan terhadap perasaan individual berbagai macam orang. Contohnya sikap penggemar kelompok misik tertentu mengungkapkan sikap mereka secara individual.
- 4). Fungsi pengetahuan. Beberapa sikap dipertahankan karena memberi kepuasan terhadap rasa ingin tahu karena dengan cara lain justru membingungkan peneliti lainnya. Lazarsfeld dan kawan-kawan juga membuktikan bahwa media masa memiliki pengaruh yang berbeda-beda pada khalayak yaitu: *Efek aktivasi, media*

komunikasi berperan mengaktifkan predisposisi yang laten sehingga dapat diketahui dan terukap. *Efek memperkuat (reinforcement)*, media komunikasi berperan memperkuat keputusan memilih bagi khalayak. Dan *Efek perubahan* yaitu media komunikasi berperan mengubah keputusan memilih khalayak (Lazarsfeld, dkk, 1988:50). Dengan begitu mengenai persepsi khalayak atas informasi politik dalam media dan materi-materi yang berhubungan dengan kegiatan pemilihan umum, dapat digunakan untuk mengetahui perbedaan-perbedaan efek media.

Dalam konteks penelitian ini, dibahas mengenai sosialisasi politik. Banyak ahli mengemukakan batasan mengenai sosialisasi politik. Kavanach memberikan batasan bahwa "sosialisasi" politik adalah batasan untuk menggambarkan proses di mana individu mempelajari dan mengembangkan orientasi politik (Kavanach, 1982:123).

Ahli komunikasi lainnya, Almond mendefinisikan sosialisasi politik dengan menekankan pada pembentukannilai-nilai politik, sehingga menjadi pedoman untuk berpartisipasi dalam sistem politik, defnisinya adalah "sosialisasi politik merupakan bagian dari proses sosialisasi yang khusus membentuk nilai-nilai politik, yang menunjukkan bagaimana seharusnya masing-masing anggota masyarakat berpartisipasi dalam sistem politiknya" (Almond dalam Mas'oed, 1986:167). Dilihat dari obyek sosialisasi politik, Almond menunjukkan "sosialisasi politik merupakan sarana bagi suatu generasi untuk mewariskan patokan-patokan dan keyakinan-keyakinan politik pada generasi muda (Mas'oed, 1986:167).

Dari pengertian di atas, terdapat kesamaan yaitu: *pertama*, sosialisasi politik dipahami msuatu proses pewarisan; *Kedua*, pewarisan tersebut berupa nilai-nilai, pengetahuan-pengetahuan, keyakinan,dan pandangan politik; *Ketiga*, pewarisan tersebutn dari generasi ke generasi yang lebih muda dalam masyarakat. Serta pada kelanjutannya nilai-nilai, pengetahuan-pengetahuan, keyakinan-keyakinan dan pandangan politik tersebut akan membentuk sikap dan pola tingkah laku politik tertentu.

Lebih lanjut Almond menunjukkan hal-hal yang perlu diperhatikan mengenai proses sosialisasi politik ini *pertama*, sosialisasi itu berjalan terus menerus selama hidup seseorang. *Kedua*, sosialisasi politik berujud transmisi dan pengajaran yang langsung maupun tidak langsung. Sosialisasi bersifat langsung kalau melibatkan komunikasi informasi, nilai, nilai atau perasaan=perasaan mengenai politik secara eksplisit. Sedangkan sosialisasi tak berlangsung terutama sangat kuat berlangsung dimasa kanak-kanak.(Mas'oed, 1986:86).

Sosialisasi berlangsung melalui beberapa agen sosialisasi antara lain media massa televisi. Sebagai sarana sosialisasi politik, Almond mengatakan bahwa "disamping memberikan informasi tentang peristiwa-peristiwa politik, media massa juga menyapaikan secara langsung maupun tidak langsung nilai-nilai utama yang dianut oleh masyarakat. Selain itu media massa juga mampu mengembangkan dialog tentang hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan politik. Senada dengan itu, Chaffee mengungkapkan bahwa "media massa sebagai politik suatu sumberinformasi politik yang penting bukan merupakan sekadar pelengkap komunikasi interpersonal, tetapi mendukung pertumbuhan politik seseorang".beberapa kesimpulan dari penelitian yang diadakan tentang pengaruh media massa terhadap tingkat sosialisasi politik kaum muda,



Chaffee mencatat: (1) Media massa merupakan sumber-sumber informasi politik yang prinsipil bagi kaum muda; (2) media massa dominan dalam *political learning* yaitu surat kabar, televisi. dukungan relatif dari kedua media ini sesuai dengan usai dan status sosial ekonomi; (3) kaum muda menandai pengaruh media massa yang seimbang pada pendapat politik (Chaffee dalam Renshon, 1967:108). dalam rangkaian kegiatan pelaksanaan pemilihan umum, puncak pemberitaan media massa adalah kegiatan kampanye.

Pakar komunikasi, Lane mengemukakan pada dasarnya penyebarluasan berita-berita politik, termasuk mengenai pemilihan umum, bertujuan untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan pemilihan umum kepada para pembaca, pendengar atau pemirsa, agar ikut dalam kegiatan pemilu (Lane, 1989:90) media massa dianggap memegang peranan penting sebagai agen sosialisasi politik dalam kaitannya dengan pemilihan umum. Sedangkan pengaruh agen sosialisasi politik tergantung pada kredibilitas media massa yaitu tingkat kepercayaan khalayak terhadap berita-berita yang disajikan media massa. Juga pandangan khalayak terhadap manfaat dalam berita yang dimuat dalam media itu sendiri. Atkin menambahkan pola-pola terpaan berita bagi golongan muda perlu diperhatikan dalam proses sosialisasi politik, karena isi berita menyediakan informasi yang relevan secara politik dalam media massa. Hal ini beralasan karena terpaan media merupakan kondisi yang penting bagi *impact* media secara langsung pada orientasi (walaupun *impact* secara tidak langsung terjadi melalui komunikasi interpersonal).

Pola-pola konsumsi berita sendiri pada umumnya diserap pada masa menjelang dewasa dan dibawah hingga lepas dewasa, merupakan dasar yang terus menerus bagin efek politik pada pemilih. Sedangkan tingkah laku terpaan merupakan

kriteria untuk sosialisasi politik, satu indikator pada seberapa besar keterlibatan orang muda dalam politik (Atkin, 1987:104).

Lane selanjutnya juga menyatakan terpaan materi politik melalui media massa dapat diklasifikasikan sesuai dengan (a) intensitas dan kepentingan (interest) seseorang yang terkena terpaan; (b) kedangkalan atau kedalaman dalam membaca, mendengar atau melihat media; (c) jumlah media yang dimanfaatkan; (d) serta bagaimana cara memperoleh media tersebut, misalnya untuk surat kabar adalah berlangganan tetap atau membeli eceran. (Lane, 1989:59).

Hal-hal diatas menunjukkan kepada kita bahwa demikian penting peranan komunikasi politik dalam proses sosialisasi politik di tengah masyarakat dalam konteks berbangsa dan bernegara. Dengan demikian sekaligus dapat dikatakan komunikasi politik pada hakikatnya berfungsi sebagai suatu proses sosialisasi bagi anggota masyarakat, apakah mereka yang terlibat secara langsung maupun keterlibatannya tidak langsung dalam berbagai aktifitas politik tersebut.

Komunikasi politik sendiri mendapatkan pengkajian-pengkajian lebih mendalam dan ditulis dalam banyak literature-literature di dunia barat terutama setelah berakhirnya perang dunia ke 11. pada perkembangan itu, komunikasi politik mencari bentuk dan kemapanan sebagai suatu disiplin ilmu tersendiri khususnya dalam keilmuan komunikasi politik. Hal ini diperlihatkan dari cukup banyaknya penelitian-penelitian komunikasi politik hingga sekarang ini di Amerika Serikat maupun di Eropa Barat. (Hasrullah, 2001:25) Begitu pula dalam pembedangannya komunikasi politik telah membagi kajian-kajina dalam bidang unsure-unsurnya apakah itu komunikator politik, pesan politik media komunikasi politik, khalayak politik sampai pada sejumlah analisis-analisis media.

Dari sudut rujukan ilmiah, pemikiran dari analisis Richard R. Fagen dalam bukunya *Politics and Communication* (1996:90), berusaha menggambarkan relevan bidang kajian ilmu politik dan komunikasi. Hal itu terlihat dari analisis yang disajikan, membicarakan peristiwa-peristiwa politik yang berdimensi komunikasi. Namun demikian kerangka dasar rujukan yang dipergunakan dalam melihat politik dan komunikasi masih memakai kerangka dasar (*framework*) dari Lasswell, yaitu: *Who says What, In Which Channel, To whom, Whith What Effect?*.

Dengan formula klasik dari Lasswell ini, secara langsung juga dilihatnya bahwa masalah-masalah utama komunikasi politik dapat dianalisis dengan menggunakan kerangka dasar ini. Dan pendekatan yang dilakukan tentunya dilihat secara mekanistik, apakah itu konsep peraruh ataukah kekuasaan.

Perkembangan lebih jauh daripada disiplin ilmu komunikasi politik, seperti pandangan dari studi yang mendalam Nimmo (1987:81), mengungkapkan yaitu:

*"political communication as a field of inquiry which focuses on research and theory building of scholars from many disciplines. The disciplines, over the years, have include mass communication, speech communication, political science, journalism, psychology, sociology and other as well.*

Dari pandangan di atas terungkap, bahwa disiplin ilmu yang digunakan dalam komunikasi politik sangat multi disipliner sifatnya, sehingga dalam pengkajian yang dinamis tentunya membutuhkan paradigma yang luas dari berbagai disiplin ilmu.

Kemudian dari pendekatan yang multi disipliner, walaupun studi ini di dalam menjelaskan fenomena-fenomena yang

diamati, ia tidak menggunakan cara yang lebih sesuai dengan mengikuti gejala-gejala yang ada.

Adanya beberapa penjelasan di atas tentunya pula bahwa komunikasi politik dalam melakukan pendekatan selalu berusaha merumuskan teori atau penelitian yang sesuai dengan fenomena-fenomena yang dihadapinya. Di sisi lain, dengan adanya pendekatan yang multi disiplin, komunikasi politik akan berkembang secara dinamis dalam menentukan dirinya sebagai disiplin ilmu yang mengenai perkembangan begitu pesat, seiring dengan kemajuan yang dihadapi dalam lingkungan teori dan penelitian.

Komunikasi politik dengan perkembangannya harus dapat menjelaskan proses komunikasi yang telah dirumuskan oleh Lasswell lebih khususnya bagi disiplin ilmu komunikasi politik dari berbagai pengkajian literatur secara periodik, diarahkan kepada: 1). *political communicator*, 2). *Political messages* 3). *The media of political communication* 4). *the communitical audience* dan 5). *Methods in the study of political communication*.

Munculnya pembedaan pembahasan komunikasi politik, sepatutnya juga pengkajian dan penelitian diarahkan pada arah tersebut, sehingga dalam perkembangan yang dinamis tidak terlepas dari kerangka proses komunikasi. Dan beranjak dari telaah sebelumnya, patut diperhatikan konsep dan gagasan yang dilontarkan oleh A. Muis tentang pengkajian komunikasi politik, supaya tetap tidak kehilangan jati dirinya yang bersifat multi disiplin, maka komunikasi politik merujuk kepada pesan-pesan (*messages*) sebagai obyek formalnya. Sehingga titik berat konsepnya terletak pada ilmu komunikasi dan bukan pada ilmu politik. Pada hakekatnya komunikasi politik mengandung informasi atau pesan tentang politik.

Batasan yang tegas diungkapkan oleh A.Muis tentang komunikasi politik ini menandakan bahwa simbol-simbol politik akan bermakna apabila dilihat dari interpretasi makna yang dihasilkan melalui proses komunikasi. Jadi titik pandang, dari interaksi simbol-simbol politik mengalami proses makna yang dikandung dalam simbol tersebut. Proses makna tersebut hanya bisa diartikan apabila kita dapat merumuskannya dalam batasan komunikasi politik.

Begitu pula konsep komunikasi politik dalam kajian ilmu politik juga memberikan batasan komunikasi politik. Diantaranya ilmuwan politik Gabriel Almond (1999:57), mengungkapkan bahwa komunikasi politik telah dikategorikan sebagai satu dari empat fungsi dalam system politik. Dari sudut pandang Almond tentunya bisa dipahami bahwa komunikasi politik dilihat sebagai penghubungan antara satu fungsi dengan fungsi input dalam system politik dan hasil dari melaksanakan fungsi tersebut menghasilkan output, dan mereka melihatnya untuk berkerjanya suatu system khususnya dalam kriteria input function dibutuhkan berfungsinya komunikasi.

Almond menganalisis komunikasi politik yang disebutnya titik beratkan pada saluran (*medium*) dalam merumuskan komunikasi politik dan tentunya proses *input-output* dilihat dari pendekatan sistem, sehingga dalam ilustrasi dan contoh yang diberikan, mereka mengibaratkan komunikasi politik dilihatnya sirkulasi darah yang mengalir secara terus menerus dan beredar dalam tubuh manusia.

Mengamati perkembangan komunikasi politik yang terjadi di Amerika, dapat juga peroleh gambaran dari berbagai literatur yang menemukan konsep komunikasi politik pada dasarnya adalah suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk mendapatkan dukungan politik bagi

seorang kandidat atau kebijakan politik. Oleh karenanya tidak mengherankan, dan berbagai contoh yang ditampilkan biasanya berupa kampanye pemilihan umum yang dilakukan oleh seorang kandidat politik. Dimana tentunya pengertian komunikasi politik mengarah kepada segala exposure media yang digunakan untuk mempengaruhi, baik itu opini publik maupun pemerintah dalam proses politik.

Demikian halnya dengan konsep komunikasi politik yang ditawarkan oleh Dan Nimmo dalam bukunya *political communication and Public Opinion in America* (1978:60), ia melibatkan politik, seperti komunikasi yaitu sebagai suatu proses, dan seperti komunikasi yaitu sebagai politik yang melibatkan pembicaraan. Lebih jauh Nimmo menekankan bahwa komunikasi politik bukan saja pembicaraan dalam arti sempit kata-kata yang diucapkan, melainkan pembicaraan dalam arti yang inklusif, yang meliputi segala orang bertukar simbol, kata-kata yang diucapkan, gambar, gerakan, sikap tubuh, perangai dan pakaian. Dari paparan Dan Nimmo makna terlibat konsep yang dapat kita tangkap, bahwa komunikasi politik berusaha menetapkan (*men-setting*) maknanya sebagai proses komunikasi yang terjadi setiap interaksi politik. Dan tentu pula Nimmo berusaha menggambarkan secara inklusif bahwa adanya makna interaksi yang bermuatan politik pada akhirnya berawal dan berakhir dengan adanya proses komunikasi. Sementara itu, dalam mengembangkan dan menggunakan konsep komunikasi dalam ruang lingkup pengaruh dan kekuasaan untuk menganalisis kerangka rujukan yang sama, maka yang perlu dipertimbangkan secara proporsional adalah kita berusaha membedakan subjek-apakah itu subjek empiric ataukah normative. dua subjek tersebut sukar dibedakan dalam pengajaran selanjutnya, apakah itu untuk penelitian ataukah untuk pengembangan teori. Jadi sukarnya membedakan dua subjek tersebut menyebabkan setiap proses komunikasi politik (*event-event*) hanya dilihatnya sebagai

realitas politik (dimensi empirik). Padahal suatu kajian ilmiah harus didudukkan pada subjek normatif, sehingga serangkaian peristiwa-peristiwa politik dimensinya tertentu juga melibatkan proses komunikasi yang saling terkait atau kontekstual.

Akan tetapi, dalam menerima dan menggeneralisasikan teori-teori dasar politik terhadap komunikasi tidak dapat dipungkiri para ilmuwan politik dan komunikasi mempunyai tingkat kesulitan dalam menempatkan batas-batas dua subjek tersebut. Sehingga pendekatan yang dapat dilakukan antara ilmu komunikasi dan ilmu politik, yaitu proses yang dilihatnya adalah proses komunikasi guna memahami secara utuh.

Di sini lain, kuatnya pengaruh disiplin ilmu politik dalam perkembangan komunikasi politik sebagai suatu kajian ilmiah, hal ini disebabkan pada awalnya untuk menjelaskan peristiwa politik. Apalagi membicarakan tentang artikulasi politik, kepentingan kelompok, pemilihan umum, pemilihan presiden, dan sampai pada kebebasan pers. Semua hal tersebut membutuhkan interdependensi antara disiplin ilmu politik dan disiplin ilmu komunikasi. Yang jelas, formula klasik yang ditawarkan oleh Harold D. Lasswell harus kita akui sebenarnya masih menampilkan nuansa politik, dan hal ini tidaklah berlebihan jika melihat bahwa Lasswell sendiri sebenarnya adalah ahli politik.

Oleh karena itu, apabila kita menyimak konsep yang ditawarkan oleh Dan Nimmo tentang komunikasi politik nampak cukup fleksibel dalam memandang komunikasi politik secara utuh. Dari pemikiran mereka cukup dinamis dalam melihat konteks pengembangan komunikasi politik terhadap kemajuan disiplin ilmu social, khususnya pada disiplin ilmu komunikasi dan politik. Dan tentunya pula, pemikiran Dan Nimmo yang berdimensi luas

tersebut juga mengisyaratkan bahwa sifat interdisipliner yang dikembangkan dalam komunikasi politik memungkinkan disiplin ilmu tersebut tidak dipaku hanya pada dua paradigma (komunikasi dan politik) yang selama menjadi perdebatan yang tanpa akhir. Dengan adanya batasan konsep komunikasi politik dari Dan Nimmo kita perlu mengkaji dari subjek normatif dan empirik sehingga perkembangan penelitian dan teori dapat mengikuti fenomena-fenomena yang muncul berkembang ditengah-tengah masyarakat.

Komunikasi politik juga telah mendapat tempat dan porsi tersendiri dalam penelitian komunikasi. Hal ini terlibat dengan adanya kecenderungan penelitian komunikasi pada proses pengaruh. Salah satu hal yang banyak mendapat perhatian dalam penelitian komunikasi politik ialah masalah komunikasi terhadap pembentukan atau perubahan sikap dan tingkah laku pemilih yang menjadi pertanyaan kunci ialah, seberapa jauh media massa berpengaruh dalam menentukan sikap, tingkah laku politik, dan pemilihan pemilih.

Dari sudut pandangan *The Effects of Mass communication* yang ditulis oleh Klapper dalam J. Severlin dan W. Tankard (1979:121), maka pendekatan pengaruh menekankan pada konsep "apayang dilakukan media massa terhadap kita". Media massa adalah segala-galanya dan khalayak dianggap pasif dan tidak berdaya. Konsep tersebut bersasar pada teori peluru (*bullet theory*) atau model jarum hipodermik, yang menganalogikan pesan-pesan komunikasi seperti obat yang disuntikkan dengan jarum di bawah kulit. Kemudian istilah lain yang disebut oleh Elisabeth Noelle Neuman (1973:75) sebagai *The concept of powerful mass media*, yang menegaskan betapa kuatnya pengaruh media massa dalam mempengaruhi khalayak politik terutama di pemilu 2009 yang benar-benar membuka kran demokrasi seluas-luasnya, walaupun ini juga yang mengkhawatirkan gagalnya pengendalian

KPU sebagai lembaga pelaksana.

### 3. Politik dan Khalayak Media Pada Persiapan Pemilu Tahun 2009

Kekuatan media massa sebagai saluran untuk mempengaruhi khalayak telah memberikan adil dalam pembentukan opini publik. Bahkan dalam komunikasi politik media massa menjadi penggerak utama dalam usaha mempengaruhi perilaku individu terhadap *exposure* berita yang diterimanya.

Komunikasi digunakan media massa dalam proses politik tertentu mempunyai arti yang sangat penting, begitu pula yang dampak atau akibat dari penyebaran pesan terhadap khalayak luas akan terjadi secara kuat, apalagi dilihat dari dampak penyebaran pesan tidak hanya sampai pada tahap kognitif dan efektif tetapi juga sampai pada tahap konatif.

Di sini lain, perana media massa dalam membentuk opini public seperti kajian yang pernah dilakukan oleh Walter Lippman dalam artikel *The Word Outside and The Picture in Our Heads*, Lippman mengungkapkan bahwa respon khalayak tidak hanya pada peristiwa-peristiwa aktual yang dialami saja, melainkan juga pada *pseudo environment*. Adanya gambaran *pseudo environment*, yang mengakibatkan khalayak itu disebut Lippman sebagai opini publik. Dari kajian Lippman mempertegas bahwa opini publik dibentuk melalui media massa.

Apabila mengikuti pemikiran Lippman dapat menyakinkan kepada kita bahwa media massa mengatur dan mengarahkan khalayak untuk mengetahui peristiwa-peristiwa yang dianggap penting dan perlu diketahui oleh khalayak. Lebih lanjut, melalui media massa dapat diketahui peristiwa-peristiwa yang terjadi di masyarakat untuk mempermudah mengetahui peristiwa yang sebenarnya

walaupun kita tidak hadir di tempat tersebut, cukup media massa menggambarkan kejadian secara lengkap.

Oleh karena itu, media massa menjadi saluran primadona dalam menyampaikan informasi politik bahkan media massa dilihat sebagai alat yang mampu menjustifikasi terhadap realitas sosial yang terjadi di masyarakat. Apalagi powerful yang dimiliki media massa maka lembaga-lembaga politik, misalnya: partai politik, organisasi-organisasi pemerintah, kelompok kepentingan, serikat buruh, LSM, dan organisasi-organisasi massa, selalu memanfaatkan media massa untuk tujuan-tujuan politik.

Oleh karena itu, beberapa penelitian komunikasi politik banyak memberikan perhatiannya pada kekuatan media, diantaranya; kampanye politik yang dilakukan oleh partai politik dalam berusaha memperoleh kursi di parlemen, debat pemilihan presiden di televisi, hubungan pers dengan pemerintah, pengaruh media massa terhadap kebijaksanaan politik suatu Negara, pemberitaan media massa tentang konflik internal partai politik dan sampai pada pemberitaan media massa skandal sex seorang kandidat presiden. Disamping itu, ada kelompok peneliti yang mengamati hubungan antara pemerintah dan media massa (Rivers dkk, 1975:112), yang menunjukkan bahwa antara pemerintah dan media massa ada semacam kesamaan dalam minat di dalam memberikan informasi tentang pemilu. Sebagai ilustrasi, maka luas jangkauan studi ini meliputi pengamatan terhadap hubungan antara pejabat pemerintah dengan para jurnalis (Signal, 1973:69). Kemudian ada yang mengamati tentang ruang publisitas dan sifat kerahasiaan pemerintah dalam satu sistem demokrasi serta pengamatan mengenai implikasi politik terhadap pembuatan suatu berita. Penelitian lain yang membahas mengenai hubungan politisi partai dan

masalah hukum pers telah banyak pula dilakukan, sekarang kurangnya oleh Kriegbaum serta yang membahas mengenai hubungan yang saling berpengaruh antara politik, ekonomi, dan pembangunan yang dilakukan bersama oleh Hoyer, Hadenius dan Weibull (1976:110). Demikian halnya yang mencakup pengamatan terhadap konsekuensi politis dari suatu pemberitaan televisi.

Oleh karena itu, untuk menyusun atau memahami kerangka dasar yang menyakut antara media massa dengan politik, maka Blumer dan Gurevitch (1975:44), mengungkapkan ada empat dimensi yang harus diperhatikan

- 1). Tingkat pengawasan negara pada organisasi media massa,
- 2). Tingkat partisipasi media massa,
- 3). Tingkat media massa pada elit politik serta
- 4). Hakekat legitimasi kepercayaan terhadap institusi-institusi media massa.

Konsep dari Blumer dan Gurevitch yang membahas tentang media massa perlu ditelaah secara analisis, karena mereka memandang bahwa penelitian komunikasi politik harus dapat menerangkan secara simutan tentang hubungan antara media massa dengan politik. Dari analisis hubungan tersebut menguraikan; pertama, pengawasan, negara, pada dimensi ini terlihat kontrol pemerintah kepada surat kabar biasanya sangat kuat, sehingga Negara sering dikonseptualisasikan Negara sangat dominan dalam mengatur sistem pers. Bahkan hubungan hormanis dan dinamis serta obyektif ingin ditegakkan tetapi mengalami beberapa kesulitan diantaranya :1. berbagai peristiwa menunjukkan bahwa system media massa mempunyai karakteristik subyektif terhadap pengawasan pemerintah, begitu juga sebaliknya, sehingga perlu pemerintah secara politis "mengatur sistem pers", 2. pengawasan pemerintah ialah mengontrol dirinya sendiri sampai pada

masalah-masalah yang luas sampai pada mengukur tunduknya media massa pada Negara, 3. kita harus dapat menghindari jebatan konseptualisasi kebebasan terhadap komunikasi yang dapat menimbulkan dikotomi eksklusif.

Sementara mengenai pembahasan partisipasi media massa, dapat di kemukakan dimana media masa dapat mengikat dirinya dengan partai politik dan juga pemerintah. Adany dimensi tersebut merupakan struktur komunikasi politik memfokuskan kepada tingkat komitmen partisan melalui media massa. Walaupun pelaksanaan partisipasi melalui media massa belumlah kompleks seperti pengawasan negara.

Sementara itu, Seymour Ures (1984:67) mengungkapkan bahwa negara yang menganut paham *press party parallelisme* terletak dalam tiga kriteria:

- 1). Keterlibatan partai di dalam pemilikan media massa dan manajemen
- 2). Kebijakan redaksi (editorial) pada surat kabar
- 3). Afiliasi partai dengan pembacaan.

Dari tiga kriteria yang memfokusnya pada batasan struktur partisipasi media, menimbulkan pertanyaan empirik, yaitu bagaimana kaitan organisasi dengan macam-macam editorial yang memunculkan selektifitas khalayak bahkan sampai pada kaitannya dengan partai politik. Tentu jawabannya adalah menentukan kesungguhan partisipasi media, dengan stabilnya hubungan partai politik dengan lembaga media dan intensitas komitmen editorial tidak ditekan kehadirannya, baik langsung, maupun tidak langsung.

Sedangkan hal lain yang berkaitan dengan komunikasi dan politik bertautan dengan integrasi media dengan elit politik. Dua demensi sebelumnya telah menguraikan sejauh mana pengaruh jaringan politik yang formal, dimana media dapat menyalurkan

pesan komunikasi politik. Begitu pula banyaknya umpan balik yang sama terhadap seseorang dalam lingkungannya yang dapat mengurangi aspek hak formal diantara hubungan media massa dengan negara. Dengan terciptanya hubungan berdimensi formal, maka perhatian kita tertuju kepada integrasi elit media dengan elit politik, kemudian mengidentifikasi beberapa hal yang berhubungan dengan mekanisme informal yang mempengaruhi arus informasi.

Disisi lain, mempertemukan politikus, komunikator, pekerja media, dan elit politik dapat menggunakan mekanisme interaksi informal, ini terjadi dengan adanya rasa memiliki kelompok, dan dapat bergaul di dalam lingkungan yang sama dengan mengutamakan kepentingan bersama. Kemudian berusaha memahami diantara individu yang bisa terjadi perbedaan pandangan, sehingga elit politik dapat menerjemahkan sebagai umpan balik didalam memecahkan masalah.

Keempat, legitimasi institusi media massa. Mekanisme sentral yang dibahas di sini adalah setiap tindakan yang melanggar, dapat diketahui secara formal dan informal dimana kecenderungan media untuk tujuan politik dapat diketahui oleh pekerja media/wartawan. Langkah untuk legitimasi di lembaga-lembaga media massa dilakukan dengan beberapa pengukuran variabel, yaitu percaya bahwa di dalam memberikan pelayanan untuk semua anggota khalayak dibutuhkan spesialisasi tertentu untuk merencanakan dan menjalankan komunikasi sebelum tiba pada penerima dan percaya di dalam menjalankan fungsi-fungsi jurnalistik butuh wartawan yang tidak mempunyai pendirian subyektif bila berhubungan dengan politisi dan komitmen lembaga-lembaga media massa terhadap kriteria politik yang universal sebagai sifat yang tidak memihak dan obyektif, dan kadang harus mengorbankan prinsip doktrin partai dan kalau kita lihat kasusnya di Indonesia ini

tidak terjadi pada 38 partai politik peserta pemilu tahun 2009. karena kalau melihat iklan partai politik di media rata-rata saling melemahkan posisi partai pesaing terutama partai penguasa seperti demokrat dan Golkar.

Singkatnya, sistem komunikasi dapat diklasifikasikan sesuai tingkat keyakinan legitimasi yang mendasari harapan personal media, yang dapat memberikan kesetiaan dan pelayanan terhadap *professional rationality* dan juga dibutuhkan media yang profesional untuk tujuan politik. Profesionalisme media inilah yang akan menjadi tolok ukur bagi partai politik maupun para calon legislatif, DPD dan calon presiden. Karena berbahaya bagi media jika refleksi komunikasi politik mereka di mediasi dengan tidak obyektif dan Proporsional media bisa menjadi bulan-bulanan kritik parpol dan para komunikator politik pada pemilu 2009. seiring dengan besarnya perhatian dan konsentrasi masyarakat dari semua lapisan saat ini.

#### 4. Penutup

Beberapa makalah juga menunjukkan bahwa penelitian komunikasi politik tidak terpaku hanya pada proses komunikasi dan proses mental dalam pengambilan keputusan. Sehingga yaitu komunikasi politik telah terakumulasi dengan disiplin ilmu perilaku yaitu komunikasi massa. Bahkan tidak berhenti sampai situ, tapi juga berkembang dalam penelitian pengaruh dan dampak teknologi komunikasi yang berhubungan dengan komunikasi politik. Akhirnya, tentu akan melahirkan bentuk-bentuk baru dalam melakukan interaksi komunikasi politik, termasuk bentuk-bentuk kampanye dengan menggunakan teknologi digital, misalnya penampilan orang kandidat di medium televisi (Pemilihan Presiden amerika Serikat baik Jimmy Carter dengan Ronald Reagan dan George Bush dengan Clinton, yang membuktikan kemampuan medium televisi untuk mengubah opini publik untuk memberikan dukungan dan pilihannya yang terbaik penampilan di televisi setempat.

Dari penelitian Thomas E. Patterson yang dilakukan pada tahun 1976 di Amerika Serikat terhadap kandidat Presiden Calter dengan memanfaatkan potensi media dapat menaikkan pamor sebagai calon presiden. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa Calter paling baik terekspose di media massa tentang dirinya, sehingga menjadi calon presiden yang terkenal pada kampanye pendahuluan. Data ditunjukkan oleh Patterson menunjukkan bahwa pada bulan Februari 1976, Calter terkenal secara nasional hanya mendapatkan sekitar 20% di antara pembaca surat kabar. Akan tetapi sebaliknya, setelah empat bulan kemudian tepatnya, bulan Juni 1976, pemahaman pengenalan pembaca terhadap Calter naik sekitar 81% dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya *exposure* surat kabar terhadap seseorang tentunya akan membantu memahami tentang siapa dan mengapa kandidat tersebut, sehingga pada akhirnya akan menjadi jaminan *exposure* media akan berusaha memberikan dukungan dalam penentuan akhir pemilihan presiden.

Sementara itu apabila kita memperhatikan penelitian komunikasi politik dengan melihat perkembangan tiga dasawarsa terakhir ini, maka topik penelitian, hasilnya tidak berkembang malahan ada kecenderungan berulang-ulang. Apalagi yang menyangkut tentang kampanye politik melalui media massa. Begitu pula topik yang dibicarakan sama sekali tidak termasuk mengkaji lebih dalam dan berusaha melihat permasalahan kampanye hanya sebatas kemampuan media dalam mempengaruhi khalayak politik, tanpa diiringi dengan pendalaman analisis dan metodologi yang akurat yang sesuai dengan kedinamisan disiplin ilmu komunikasi politik.

Oleh karena itu, yang disarankan oleh Garret J. O'Keefe (1975:119), maka topik penelitian untuk kampanye politik atau komunikasi politik yang berhubungan dengan media massa, dan masih perlu

mendapatkan perhatian, mencakup sepuluh bidang penelitian yakni seperti di paparkan dibawah ini:

- 1) *The Nature of Political Influence*
- 2) *Factors in Vote Decision-Making*
- 3) *Political Uses of Media During Campaigns*
- 4) *Campaign Media Content*
- 5) *Cognitive Effects of Campaign Media*
- 6) *Perceptions of Campaign Issues and Candidates Images*
- 7) *Interpersonal Communication and political Campaigns*
- 8) *Voter Typologies and Communication Behavior*
- 9) *Political Parties and Communication Behavior*
- 10) *Political Socialization and Communication Behavior*

Apabila memperhatikan topik-topik persoalan maupun yang sudah berbentuk penelitian yang ditawarkan di atas, menunjukkan betapa luas penelitian komunikasi politik dan media massa yang belum tersentuh secara mendalam. Dari beberapa penelitian yang tidak diketahui, penelitian komunikasi terperangkap pada formula klasik dari paradigma komunikasi politik, sehingga pengembangan penelitian hanya terpusat pada masalah-masalah proses komunikasi dan proses politik.

Akhirnya proses yang jujur dan adil yang akan menopang proses demokratisasi di Indonesia dengan segala resiko, sebagai bentuk pembelajaran dan pendidikan politik rakyat menjadi semakin dewasa dan bermartabat dari pemilu ke pemilu berikutnya. Pemilu 2009 merupakan



tonggak sejarah baru bagi para politisi untuk mendapatkan simpatik dari konstituennya secara total, karena urutan pada nomer caleg atau berasal dari partai besar sekalipun saat ini sudah tidak lagi ada jaminan untuk memperoleh kemenangan, kecuali upaya maksimal dari para calon untuk berbuat sebanyak mungkin terhadap konstituen yang dalam hal ini rakyat yang membutuhkan solusi dan bantuan atas kesengsaraan dan problematika hidup mereka dan lingkungannya.

#### Daftar Pustaka

- Abdul Manan.** 2003. *Jurnal Meliput Pemilu*, Jakarta: Aji Jakarta-Cetro-Internews.
- Alex Sabur,** 2001. *Analisis Teks Media*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Baran, Stanley J,** 2001. *Mass Communication Theory*, USA: Wadworth Publications.
- Effendi. Onong Uchyana,** 1986. *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Gozaly Syidam (Ed),** 1999. *Dari Bilik Suara Ke Masa Depan Indonesia: Potret Konflik Politik Pasca Pemilu dan Nasib Reformasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Griffin, Em,** 1991. *Communication Theory*, USA. Wheaton College.
- Huntington, Samuel P,** 1984. *Partisipasi Politik di Negara berkembang*, Jakarta: PT. Sangkala Pulsar.
- Jakoeb Oetama,** 1995. *Perspektif Pers Indonesia*, Jakarta: LP3ES.
- John Corner,** 2004. *Media and The Restyling Of Politics*, London: Sage Publications.
- Indria Samiego dkk,** 1997. *Dinamika Kedaulatan Rakyat*, Jakarta: PT. Pustaka Cidesindo.
- Liliweri, Alo.** 2000. *Politik Komunikasi dan Komunikasi Politik ( Suatu Analisis tentang Isi Pesan beberapa Surat Kabar di Kupang)*. Bandung: YPSDM.
- Littlejohn, Stephen W,** 1999. *Theories Of Human Cimmunication*, London: Wadsworth Publishing Company.
- Lukas Luwarso, dkk,** 2005. *Media dan Pemilu 2004*, Jakarta: SEAPA Jakarta.
- Maswardi Rauf,** 1993. *Indonesia dan Komunikasi Politik*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nimmo, Dan.** 1999. *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya
- Nurdin,** 2003. *Komunikasi Massa*, Malang: Penerbit Cespur.

---

# PEDOMAN PENULISAN

## JURNAL RETORIKA ILMU KOMUNIKASI

---

1. Naskah berupa hasil pemikiran dan analisis ilmiah yang disajikan dalam bentuk tulisan ilmiah atau hasil penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi.
2. Naskah belum pernah diterbitkan oleh media lain baik dalam maupun luar negeri, panjang tulisan antara 5000-7000 kata, 15-30 halaman kuarto spasi rangkap.
3. Naskah harus disertai dengan abstraksi dan pendahuluan, naskah yang ditulis dalam bahasa Indonesia hendak abstraksinya ditulis dengan bahasa Inggris, sedangkan naskah yang tulis dalam bahasa Inggris hendak abstraksinya dalam bahasa Indonesia.
4. Naskah sebaiknya mencantumkan kata kunci (*keywords*)
5. Pustaka acuan disajikan mengikuti pustaka alpabet, tahun terbit ditempatkan setelah nama pengarang. Contoh penulisan sebagai berikut :  
  
**Giddens, Anthony.** 1984. *The Contruktion of Society*, terjemahan Adi Loka Sujono, Malang : Pedati.  
  
**Gudykunst, William B.** 1983. *Intercultural Communication Theory : Curent Perspectives*. London : Sage Publications Ltd.  
  
**Habermas, Jurgen.** 1998. *On the Pragmatic of Communication translated and edited by Maeve coke*. Cambridge : MIT Press.
6. Redaksi berhak mengedit tata bahasa dan ejaan naskah yang dimuat tanpa mengurangi maksud tulisan.
7. Naskah dikirimkan dalam bentuk CD disertai dengan alamat, no telepon, dan fax (bila ada) serta dilengkapi dengan *curriculum vitae*. Naskah yang tidak dimuat tidak dikembalikan kecuali ada permintaan dari penulis. Kepada penulis yang naskahnya dimuat akan diberikan 1 (satu) eksemplar jurnal sebagai tanda bukti pemuatan.

