

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Setiap penelitian yang akan dilaksanakan tentu memerlukan kajian penelitian terdahulu sebagai referensi atau rujukan pustaka bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya. Oleh karena itu, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang sejenis dan relevan dengan penelitiannya sebagai acuan yang diperoleh dari peneliti-peneliti sebelumnya. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian yang akan dilakukan :

1. Muhammad Naufal Fadhil (2024) Universitas Telkom dalam penelitiannya yang berjudul “ STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI NASDEM UNTUK GEN-Z PADA PEMILU LEGISLATIF KOTA BANDUNG 2024 MELALUI INSTAGRAM @nasdem.bdg” penelitian ini menganalisis bagaimana Partai NasDem memanfaatkan media sosial Instagram untuk menarik perhatian dan mendapatkan dukungan dari gen-z pada pemilu Legislatif 2024 di Kota Bandung. Melalui metode pengumpulan data observasi dan dokumentasi penelitian ini mengamati aktivitas akun instagram @NasDem.bdg, termasuk frekuensi posting, jenis konten, dan interaksi dengan pengikut. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan menggunakan metode pengumpulan data meliputi observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan partai tersebut. Muhammad

Naufal Fadhil lebih terfokus pada pemanfaatan media sosial Instagram untuk komunikasi politik dengan generasi muda Gen-Z di Pemilu Legislatif, sedangkan skripsi komunikasi politik fraksi NasDem DPRD Kota Bandung lebih mengulas komunikasi yang dilakukan fraksi DPRD dalam merespons skeptisisme masyarakat terhadap institusi legislatif NasDem.

2. Muhammad Rafly (2023) Universitas Pasundan di dalam skripsinya yang berjudul “strategi komunikasi komunikasi politik partai nasdem jelang pilkada Kota bandung 2024 (perencanaan komunikasi politik DPD Partai Nasdem Kota Bandung pada bakal calon Walikota Bandung)” menjelaskan tentang bagaimana proses yang terjadi di dalam kemenangan suatu pertarungan politik oleh partai politik atau secara langsung, oleh seorang calon legislatif atau calon pimpinan daerah yang menghendaki kekuasaan dan pengaruh sebesar-besarnya ditengah – tengah masyarakat sebagai konsituennya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, studi pustaka dan analisis konten untuk mendapatkan informasi terkini tentang perkembangan politik yang menggunakan teori marketing politik (Firmanzah,2008). Hasil penelitian ini menunjukan bahwa komunikasi politik yang digunakan oleh DPD Partai NasDem Kota Bandung adalah melalui segmentasi,positioning,branding, media dan non media.
3. Irene Silviani (2023) Universitas Darma Agung dalam penelitiannya yang berjudul “ Strategi Komunikasi Partai Politik PDIP SUMUT dalam membangun kepercayaan pemilih pada pemilihan umum legislatif tahun 2024” penelitian ini bertujuan mengetahui strategi komunikasi politik partai dan

faktor keberhasilan komunikasi politik partai di DPD PDI-P Sumatera Utara dalam membangun kepercayaan pemilih pada pemilihan umum legislatif tahun 2024. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa DPD PDI-P Sumatera Utara mengerahkan semua kader partainya di posisi mana pun untuk berupaya mendapatkan kepercayaan (trust) masyarakat terhadap PDI-P. Strategi komunikasi politik DPD PDI-P Sumatera utara dijelaskan dalam lima bentuk ,antara lain retorika dalam konsolidasi eksternal partai agitasi politik melalui badan-badan partai; propaganda politik melalui media massa dan media sosial lobi politik melalui aspirasi dan kebijakan; dan tindakan politik dalam membangun citra partai. Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data meliputi observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan partai tersebut.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis

No	Komponen Perbandingan	Penelitian 1 Irene Silviani (2023)	Penelitian 2 Muhammad Rafly (2023)	Penelitian 3 Muhammad Naufal Fadhil (2024)
1	Judul Penelitian	“ Strategi Komunikasi Partai Politik PDIP SUMUT dalam membangun kepercayaan pemilih pada pemilihan umum legislatif tahun 2024”	“strategi komunikasi komunikasi politik partai nasdem jelang pilkada Kota bandung 2024 (perencanaan komunikasi politik DPD Partai Nasdem Kota Bandung pada bakal calon Walikota Bandung)”	“ STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI NASDEM UNTUK GEN-Z PADA PEMILU LEGISLATIF KOTA BANDUNG 2024 MELALUI INSTAGRAM @nasdem.bdg”

2	Metode & Teori	metode kualitatif studi kasus dengan menggunakan metode pengumpulan data meliputi observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan partai tersebut.	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, studi pustaka dan analisis konten untuk mendapatkan informasi terkini tentang perkembangan politik yang menggunakan teori marketing politik (Firmanzah,2008)	metode kualitatif studi kasus dengan menggunakan metode pengumpulan data meliputi observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan partai tersebut.
3	Hasil Penelitian	Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa DPD PDI-P Sumatera Utara mengerahkan semua kader partainya di posisi mana pun untuk berupaya mendapatkan kepercayaan (trust) masyarakat terhadap PDI-P.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi politik yang digunakan oleh DPD Partai NasDem Kota Bandung adalah melalui segmentasi, positioning, branding, media dan non media.	Penggunaan Instagram efektif menarik dukungan Gen-Z melalui konten dan interaksi
4	Persamaan	Sama- sama membangun kepercayaan atau dukungan masyarakat melalui mobilisasi kader dan berbagai kanal komunikasi.	Keduanya meneliti Partai NasDem di Kota Bandung dalam konteks pemilu lokal 2024 (legislatif vs pilkada)	- Tema: Strategi komunikasi politik partai untuk Pemilu 2024 - Metode: Kualitatif studi kasus - Data: Observasi, dokumentasi, wawancara - Tujuan:

				Dapatkan dukungan/trust pemilih
5	Perbedaan	Penelitian terdahulu lebih luas pada trust-building multi-strategi, sementara penelitian saya unik karena reaktif pada skeptisisme institusional fraksi DPRD, berbeda dari pendekatan proaktif/pre-elektoral ketiganya	Penelitian terdahulu lebih ke arah kampanye proaktif digital, sedangkan skripsi saya bersifat reaktif terhadap isu kepercayaan publik	. Spesifik Gen-Z & Instagram - Pileg Bandung - Fokus digital metrics

Sumber : (Olahan Penulis; 2026)

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan representasi logis dari hubungan antara konsep-konsep utama dalam penelitian yang dirancang untuk membantu memahami, menjelaskan, dan memprediksi fenomena yang diteliti. Secara ilmiah kerangka ini berfungsi sebagai dasar dalam membangun hipotesis dan menyusun arah analisis data yang dilakukan. Menurut (Una Sekaran & Roger Bougie, 2016), kerangka konseptual adalah sistem konseptual yang menunjukkan bagaimana variabel – variabel utama dalam studi dihubungkan secara logis berdasarkan teori yang relevan. Miles dan Huberman (1994) juga menegaskan bahwa kerangka konseptual dapat divisualisasikan antara konstruk-konstruk penelitian. Dengan demikian, kerangka konseptual tidak hanya menjadi pedoman dalam pelaksanaan

penelitian, tetapi juga menjadi alat ilmiah untuk menjelaskan dan menguji keterkaitan antar variabel berdasarkan teori yang ada.

2.2.1 Komunikasi Politik

2.2.1.1 Definisi Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah proses penyampaian informasi yang berkaitan dengan kekuasaan, kebijakan, dan opini publik yang melibatkan berbagai aktor politik seperti pemerintah, partai politik, media, dan masyarakat. Komunikasi politik melibatkan pesan – pesan politik dan para pelaku politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintahan. Komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi antara “yang memerintah” dan “yang diperintah”. Komunikasi politik sebenarnya adalah penggunaan simbol komunikasi oleh manusia, baik sebagai penguasa maupun orang biasa dalam kehidupan masyarakat atau negara.

Gabriel Almon berpendapat bahwa komunikasi politik merupakan salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap system politik. Komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan yang terjadi pada saat enam fungsi lainnya dijalankan, yaitu sosialisasi dan rekrutmen politik, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, membuat peraturan, aplikasi peraturan dan adjudikasi peraturan. Hal ini berarti bahwa fungsi komunikasi politik terdapat secara interem di dalam setiap fungsi system politik.

Meriam Budiardjo (1982) memahami komunikasi politik sebagai salah satu fungsi partai politik, yaitu menyalurkan beragam pendapat dan aspirasi masyarakat

serta mengaturnya sedemikian rupa untuk di perjuangkan menjadi kebijakan politik. Sedangkan menurut Maswadi Rauf, mengatakan bahwa komunikasi politik merupakan kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi bercirikan politik, yaitu berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintah, dan aktivitas komunikasi dalam kedudukan sebagai pelaku kegiatan politik, penyampaian pesan – pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Kedua, kegiatan ilmiah, kegiatan, kegiatan politik dalam sistem politik.

Menurut Susanto, komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan pada pencapaian suatu pengaruh sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini dapat mengingatkan semua warganya melalui sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga – lembaga politik. Nimmo berpandangan bahwa komunikasi politik menggunakan politik hanya untuk mengartikan kegiatan orang secara kolektif, yang pengatur perbuatan – perbuatan mereka dalam konflik sosial.

Menurut McQuail dalam Swanson 1990 komunikasi politik adalah sebuah studi yang interdisipliner yang dibangun atas berbagai macam disiplin ilmu, terutama dalam hubungannya antara proses komunikasi dan proses politik. Ia merupakan wilayah pertarungan oleh persaingan teori, pendekatan, agenda dan konsep dalam membangun jati dirinya. Karena itulah komunikasi yang membicarakan tentang politik kadang di klaim sebagai studi tentang aspek-aspek politik dari komunikasi publik dan sering dikaitkan dengan komunikasi kampanye pemilu (elections campaign), karena mencakup masalah persuasi terhadap pemilih, debat antar kandidat, dan penggunaan media masa sebagai alat kampanye.

Beberapa komunikasi politik yang bersifat linier menurut Lasswell adalah:

1. Transmisi informasi (secara luas mencakup verbal, non verbal, perilaku, dsb) dalam mengejar kekuasaan (sunshine Hilligus).
2. Transfer informasi apapun mengenai perlombaan atas sumber daya (Bruce Hardty)
3. Produksi, transmisi dan efek informasi mengenai politik, pendapatan politik dan kebijakan politik.

Definisi komunikasi politik yang bersifat sistematis (lihat Alfian, 1991, Wahyuni 2007) mengansumsikan realitas komunikasi politik sebuah system yang kosten, teratur dan dapat diramalkan misalnya sebagai :

1. Pertukaran informasi mengenai pelaksanaan kekuasaan (Ken Goldstein)
2. Interaksi antar elite, media warga negara mengenai topik – topik yang berkaitan dengan politkn (Talia Stroud).
3. Pertukaran gagasan dan pesan, verbal atau visual, secara langsung bermedia dalam suatu ruang publik yang diidentifikasi, yang tujuannya atau konsekuensinya adalah untuk mengubah struktur dan produk pemerintahan atau menghindari perubahan tersebut (Lynn Sanders)

Menurut Gabriel Almond (1960) : komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik. Komunikasi politik terdiri dari berbagai unsur, antara lain :

1. Komunikator politik

Komunikator politik adalah yang dapat memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna mengenai politik. Misalnya Presiden,

Menteri, Anggota DPR, Politikus, dan kelompok – kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa memengaruhi jalannya pemerintahan.

2. Pesan politik

Pesan politik adalah pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun nonverbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung politik. Misalnya pidato politik, pertanyaan politik, buku, brosur dan berita surat kabar mengenai politik, dll.

3. Saluran atau media politik

Saluran atau media politik ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan – pesan politiknya. Misalnya media cetak, media elektronik, media daring, sosialisasi, komunikasi kelompok yang dilakukan partai, organisasi masyarakat, dsb.

4. Sasaran atau Target Politik

Sasaran adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberikan dukungan dalam bentuk pemberian suara kepada partai atau kandidat dalam Pemilihan Umum. Mereka adalah pengusaha, pegawai negeri, buruh, pemuda, perempuan, mahasiswa, dan sebagainya.

5. Pengaruh atau efek Komunikasi Politik

Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, keaktifan masyarakat dalam partisipasi politik, di mana nantinya akan berdampak pada pemberian suara dalam Pemilihan Umum.

Dalam studi komunikasi politik, pendekatan politik menjadi aspek penting untuk memahami bagaimana pesan-pesan politik disusun, disampaikan, dan diterima oleh masyarakat. Pendekatan ini melibatkan cara pandang terhadap interaksi antara aktor politik, media, dan publik dalam proses komunikasi yang bertujuan mempengaruhi opini dan sikap politik masyarakat. Pendekatan komunikasi politik secara normatif menyoroti bagaimana komunikasi politik seharusnya berjalan dalam sistem demokrasi, memberikan ruang bagi dialog, transparansi, dan partisipasi publik. Pendekatan politik sebagai berikut :

1. Pendekatan proses

Menurut pendekatan ini bahwa keseluruhan yang ada di dunia ini merupakan hasil suatu proses. Oswald Spengler filsuf sejarah dan politik jerman. Splenger berpendapat bahwa kunci sejarah ialah hukum masyarakat dan peradaban yang timbul dan tenggelam dalam siklus berulang) dan Toynbee (nama Asli Arnold Joseph Toynbee sejarawan Inggris yang terkenal melalui bukunya yang berjudul *A Study of History*, berisi tentang penyelidikan secara sejarah tentang asal-usul, perkembangan, dan kehancuran peradaban besar) mengemukakan

bahwa realitas sosial merupakan suatu siklus yang mempunyai pola-pola ulangan untuk jatuh banggunya peradaban. Pendekatan ini dapat dikatakan untuk memahami sosialisasi politik dan kebijakan publik.

2. Pendekatan agenda *setting*

Pendekatan ini dikembangkan oleh Maxwell C pendekatan agenda setting dimulai dengan asumsi media massa menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkan. Seleksi ini dilakukan oleh mereka yang disebut sebagai gatekeeper, yaitu mereka para wartawan, pimpinan redaksi, dan penyunting gambar. Dari gatekeeper inilah yang menentukan berita apa yang harus dimuat dan apa yang harus disembunyikan.

2.2.1.2 Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik adalah rencana atau pendekatan yang digunakan oleh partai politik atau aktor politik untuk menyampaikan pesan, membangun citra, dan mempengaruhi opini serta perilaku publik dalam konteks politik. Strategi ini mencakup beberapa komponen kunci seperti identifikasi audiens sasaran, serta pengelolaan interaksi dengan publik untuk mencapai tujuan politik tertentu.

Strategi komunikasi politik adalah suatu rencana yang di dalamnya terdapat suatu cara, teknik serta hubungan fungsional dari proses komunikasi pada sebuah kegiatan guna untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan dapat memberikan dukungan serta aspirasi masyarakat dapat disalurkan. Jika dilihat dari sudut pandang pemerintah maka Strategi politik ini digunakan untuk membuat serta menerapkan aturan-aturan khusus dalam proses pemilu dengan cara meningkatkan

kemampuan serta kesempatan bagi masyarakat untuk menyalurkan aspirasi dan keperntingannya serta untuk menyalurkan kebijakan – kebijakan tertentu sehingga akhirnya menciptakan sebuah komunikasi timbal balik antara suprastruktur dan infrastruktur politik dalam mempersiapkan sebuah pemilu. Austin pink plantone berpendapat bahwa strategi dapat dimulai dari merumuskan suatu tujuan. Dalam dunia politik tujuan yang hendak dicapai umumnya adalah untuk mendapatkan kepercayaan rakyat dalam memberikan suara padanya arti dari strategi dalam komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional mengenai tindakan yang akan dijalankan dimana tujuannya untuk mencapai suatu tujuan politik pada masa depan. Anwar Arifin berpendapat bahwa terdapat empat strategi komunikasi politik, antara lain :

1. Ketokohan dalam Kelembagaan

Ketokohan merupakan orang yang memiliki kredibilitas, daya tarik, kekuasaan serta keahlian di mata rakyat. Ketokohan seorang pemimpin politik memiliki pengaruh tersendiri dalam berkomunikasi politik di mata masyarakat. Salah satu karakteristik dari komunikator menurut Aristoteles yang pertama adalah etos hal ini berkaitan dengan kredibilitas sumber. Jadi ke toko Han sama dengan etos yaitu keahlian seorang komunikator dalam menyampaikan pesan sehingga berpengaruh pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemimpin politiknya. selanjutnya menurut price dan paisley aspek-aspek yang dibutuhkan dari seorang Komunikator adalah dapat dipercaya kompetens atau keahlian, Daya tarik fisik.

2. Menciptakan kebersamaan

Menciptakan kebersamaan ini dapat dilakukan dengan cara memahami masyarakat atau publik menyusun suatu pesan, menetapkan metode dan memilih media. untuk menciptakan suatu kebersamaan antara politikus dengan masyarakat atau rakyat adalah dengan cara mengenali masyarakat dan menyusun pesan yang homofili. Untuk menciptakan homofili dan melakukan empati melalui persamaan kepentingan maka Komunikator harus mengerti serta memahami daya tangkap dan daya serap masyarakat, baik yang bersifat psikologis ataupun sosiokultural.

3. Membangun Consensus

Terdapat dua hal yang harus diperhatikan dalam membangun konsensus yaitu seni kompromi atau negosiasi dan kesediaan untuk membuka diri seseorang pemimpin politik harus memiliki kemampuan untuk berkompromi dalam melakukan pembujukan untuk mencapai suatu solusi dengan membangun konsensus selain itu pemimpin politik juga harus siap untuk membuka diri sesuai dengan konsep yang ada pada tiap – tiap politikus yang berbeda pendapatnya

4. Memilah serta memilih media

Dalam komunikasi politik perlu adanya memilah serta memilih media dengan cermat, di mana Tujuannya adalah untuk menyesuaikan Suatu kondisi dan situasi masyarakat. Dengan tetap memperhatikan sistem komunikasi politik di suatu negara ataupun bangsa.

2.2.1.3 Bentuk – Bentuk Komunikasi Politik

Bentuk – bentuk komunikasi politik meliputi beberapa jenis utama yang sering digunakan dalam proses penyampaian pesan politik kepada masyarakat :

1. **Retorika** : seni berbicara yang digunakan politikus untuk mempengaruhi pandangan publik dan membangun citra positif melalui pidato atau pernyataan yang persuasif. Menurut Aristoteles, retorika terbagi menjadi 3 yaitu :
 - a. Retorika dilibertif, merupakan retorika yang dirancang untuk mempengaruhi khalayak dengan kebijakan politik. Dimana tujuannya adalah mengarah pada keuntungan ataupun kerugian jika kebijakan tersebut dilaksanakan.
 - b. Retorika forensic, merupakan retorika yang berkaitan dengan keputusan pengadilan.
 - c. Retorika demonstratif, merupakan retorika yang disampaikan dengan mengembangkan suatu wacana sebagai penguji ataupun penghujat.
2. **Agitasi politik** : upaya untuk membangkitkan semangat dan mobilisasi massa melalui demonstrasi, kampanye massa, atau gerakan di dunia maya. Menurut harbert blumer, agitasi politik dilakukan yakni untuk membangkitkan rakyat dlam suatu pergerakan politik dengan menyampaikan secara lisan ataupun tulisan di mana guna untuk mempengaruhi serta membangkitkan emosi rakyat banyak.
3. **Propaganda** : propaganda berasal dari kata progari yang berarti menanamkan tunas suatu tanaman yang pada awalnya sebagai bentuk kegiatan penyebaran agama katolik politik ataupun kader – kader partai biasanya banyak melakukan

ini dimana memberikan sugesti pada khalayak ramai serta mampu menciptakan suasana yang membuat khalayak terpengaruh dengan apa yang disampaikan.

4. **Public relations (PR POLITIK)** : Strategi membangun dan memelihara hubungan antara politisi/partai dengan masyarakat, termasuk pengelolaan citra dan komunikasi dalam situasi krisis, sering dengan bantuan media sosial.
5. **Kampanye politik** : penyampaian visi misi, promosi kandidat atau partai kepada pemilih, menggunakan berbagai saluran media dan interaksi langsung.
6. **Debat politik** : forum untuk kandidat memaparkan pandangan dan kebijakan mereka agar pemilih dapat membuat keputusan yang tepat, membutuhkan etika komunikasi yang tinggi.
7. **Media massa** : Menurut MC Luhan sebagai peluasan panca indra dan sebagai media pesan maka media massa sangatlah penting. Di dalam dunia politik hal ini ditunjukan untuk mendapatkan suatu pengaruh kekuasaan, serta otoritas, dalam membentuk serta mengubah opini politik atau dukungan serta citra politik.

2.2.1.4 Fungsi Komunikasi Politik

Fungsi komunikasi politik sangat penting dalam sistem politik karena berperan sebagai sarana utama untuk menyampaikan pesan politik kepada masyarakat luas. Berikut fungsi utama komunikasi politik :

1. **Memberikan informasi** : menyampaikan informasi yang akurat tentang kebijakan, program, dan isu politik yang sedang berlangsung sehingga masyarakat dapat memahami situasi politik dan pemerintahan.

2. **Membentuk opini publik** : membangun opini publik dan persepsi masyarakat mengenai isu – isu serta membentuk dukungan terhadap kebijakan atau kandidat tertentu.
3. **Pendidikan politik** : mengenalkan sistem politik, hak , dan kewajiban politik kepada masyarakat agar mereka lebih sadar dan aktif dalam proses politik.
4. **Persuasi** : mendorong perubahan sikap dan perilaku politik masyarakat secara positif melalui pesan – pesan politik yang disampaikan.
5. **Kontrol sosial** : memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan hak jawab dan pendapat, yang dapat meningkatkan partisipasi politik publik dan menjaga stabilitas politik.
6. **Membangun kepercayaan dan legitimasi** : komunikasi yang efektif dan transparan membantu membangun kepercayaan publik terhadap politisi dan lembaga pemerintahan.
7. **Memotivasi partisipasi politik** : mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam proses politik, mulai dari pemilihan umum hingga kegiatan politik lainnya.

Secara keseluruhan, komunikasi politik bukan hanya soal penyampaian pesan, tetapi juga membentuk, mempengaruhi, dan memotivasi masyarakat serta menjaga kestabilan dalam kehidupan politik negara.

Nimmo (2001) menyatakan bahwa komunikasi politik adalah penyampaian pesan politik oleh aktor politik kepada masyarakat melalui berbagai saluran, sehingga fungsinya adalah menyampaikan informasi politik dan membangun interaksi simbolik dengan public.

McNair (2001) menyebut komunikasi politik sebagai segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi politik, dengan fungsi utama memberikan informasi, mempengaruhi opini, dan membangun citra politik. Menurut McNair (2003:21) yang dikutip oleh Prof. Dr. Hafied Cangara, M.Sc (2009:39) dalam bukunya "Pengantar Ilmu Komunikasi," terdapat lima fungsi utama komunikasi politik:

1. **Informasi (*information function*)**, Komunikasi politik berfungsi untuk menyampaikan informasi tentang apa yang sedang terjadi di dalam maupun luar negeri. Informasi ini dibutuhkan oleh masyarakat untuk memahami kebijakan politik, program-program pemerintah, serta dinamika politik yang sedang berlangsung. Informasi yang disebarkan oleh para politisi, partai politik, dan media massa membantu masyarakat memahami situasi politik, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat dalam partisipasi politiknya.
2. **Fungsi Sosialisasi**, Komunikasi politik berperan dalam proses sosialisasi politik, yaitu menanamkan nilai-nilai, norma, dan aturan politik kepada masyarakat. Melalui proses ini, individu mengenal sistem politik, aktor politik, dan peran yang dapat mereka mainkan dalam kehidupan politik. Proses sosialisasi ini penting dalam membangun kesadaran politik dan partisipasi politik yang aktif di kalangan masyarakat, termasuk pada pemilih baru seperti Gen-Z.
3. **Fungsi Motivasi (*motivation function*)**, Komunikasi politik berfungsi untuk memotivasi masyarakat agar terlibat dalam aktivitas politik, baik itu

melalui pemilihan umum, demonstrasi, ataupun aktivitas politik lainnya. Pesan-pesan politik dirancang untuk menggerakkan masyarakat agar berpartisipasi dalam kehidupan politik. Kandidat politik dan partai menggunakan berbagai strategi komunikasi untuk memotivasi pemilih.

4. **Fungsi Perdebatan dan Diskusi Politik (*debate and discussion function*)**, Komunikasi politik berfungsi sebagai wadah untuk terjadinya perdebatan dan diskusi mengenai isu-isu politik yang penting. Ini memungkinkan publik untuk mendiskusikan berbagai pandangan politik, membandingkan gagasan, dan berkontribusi dalam pembentukan opini publik. Melalui diskusi dan debat yang terbuka, masyarakat dapat terlibat dalam proses demokrasi dan membantu memengaruhi keputusan politik yang diambil oleh para pemimpin.
5. **Fungsi Pendidikan Politik (*education function*)**, Komunikasi politik berperan penting dalam mendidik masyarakat tentang sistem politik, prosedur demokrasi, serta hak dan kewajiban warga negara. Fungsi ini memungkinkan publik untuk menjadi warga negara yang lebih sadar dan berpengetahuan dalam menjalankan hak politik mereka. Pendidikan politik melalui media dan kampanye politik memungkinkan pemilih untuk memahami isu-isu politik yang kompleks dan membuat keputusan yang terinformasi.

2.2.2 Partai Politik dan Fraksi di DPRD

2.2.2.1 Pengertian Partai Politik

Menurut Budiardjo partai politik adalah sekelompok orang yang terorganisasir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik (biasanya) dengan cara konstitusional untuk melaksanakan programnya. Sedangkan menurut Giovanni Sartori partai politik adalah suatu kelompok politik yang mengikuti pemilihan umum dan, melalui pemilihan umum itu mampu menempatkan calon-calonnya untuk menduduki jabatan-jabatan politik.

Menurut Edmund Burke (2005) partai politik adalah lembaga yang terdiri dari atas orang-orang yang bersatu, untuk mempermosikan kepentingan nasional secara bersama-sama, berdasarkan prinsip-prinsip dan hal-hal yang mereka setujuai. Menurut Lapalombara dan Anderson (1992) partai politik adalah setiap kelompok politik yang memiliki label dan organisasi resmi yang menghubungkan antara pusat kekuasaan dengan lokalitas, yang hadir saat pemilihan umum, dan memiliki kemampuan untuk menempatkan kandidat pejabat publik melalui kegiatan pemilihan umum, baik bebas maupun tidak bebas.

Menurut Sigmund Neuman (1963) partai politik adalah organisasi dari aktivitas-aktivitas politik yang berusaha untuk menguasai kekuasaan pemerintah serta membuat dukungan rakyat atas dasar persaingan dengan suatu golongan atau golongan-golongan lain yang mempunyai pandangan yang berbeda. Sedangkan menurut R.H. Soltan (1961:199) partai politik adalah sekelompok warga negara

yang terorganisasi yang bertindak sebagai suatu kesatuan politik yang dengan memanfaatkan kekuasaannya untuk memilih dan menguasai pemerintahan dan melaksanakan kebijaksanaan umum mereka.

Menurut Carl J. Friedrich (1967:415) partai politik adalah sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil, dengan tujuan membuat atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan bagi pimpinan partainya dan berdasarkan penguasaan ini memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat ideal ataupun material. Berdasarkan berbagai pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Beberapa perangkat yang melekat pada partai politik merupakan sekumpulan orang yang terorganisasi.
2. Partai politik mempunyai tujuan untuk memperoleh dan mempertahankan kekuasaan
3. Untuk merealisasikan tujuan dari partai politik, harus memperoleh dukungan yang seluas-luasnya dari masyarakat melalui pemilihan umum
4. Partai politik memiliki prinsip-prinsip yang telah disetujui bersama oleh anggota partai politik.

2.2.2.2 Fungsi Partai Politik Dalam Sistem Demokrasi

Partai politik berfungsi sebagai penghubung antara rakyat dan pemerintah, sarana kompetisi merebut kekuasaan secara damai serta wadah perumus kebijakan dalam sistem demokrasi. Tanpa partai politik yang berfungsi baik, partisipasi rakyat dalam demokrasi menjadi lemah dan tidak terorganisasi.

Fungsi utama partai politik adalah sebagai penyalur aspirasi rakyat adalah Partai menyerap, menghimpun, dan menyalurkan kepentingan serta aspirasi politik masyarakat ke lembaga negara, sehingga suara rakyat masuk ke proses pembuatan kebijakan. Fungsi ini membuat konflik kepentingan disalurkan melalui mekanisme politik yang sah, bukan kekerasan. Selain itu fungsi utama partai politik juga adalah untuk pendidikan politik partai memberikan pendidikan politik kepada warga dan kader agar memahami hak, kewajiban, serta proses demokrasi. Hal ini membantu meningkatkan kesadaran politik dan kualitas partisipasi warga dalam pemilu dan kebijakan publik. Selain itu fungsi dalam perumusan kebijakan adalah sebagai perumus dan pengambil kebijakan adalah partai menyusun platform, program, dan agenda politik yang kemudian diterjemahkan menjadi kebijakan ketika berkuasa di legislatif maupun eksekutif.

Partai juga mengagendakan berbagai kepentingan masyarakat menjadi kompromi yang dapat diterima sebagai kebijakan publik. Fungsi lainnya adalah sebagai kontrol dan pengawasan pemerintah adalah partai, terutama yang berada di luar pemerintahan (oposisi), berfungsi mengawasi jalannya pemerintahan dan memberi kritik serta masukan. Fungsi ini menjaga agar kekuasaan tetap berjalan sesuai prinsip hukum dan kepentingan publik, bukan kepentingan sempit. Partai politik juga berfungsi menjaga demokrasi dan persatuan, menopang keberlanjutan demokrasi partai berfungsi menjaga komunikasi dua arah antara pemerintah dan rakyat, sehingga legitimasi dan kepercayaan terhadap sistem demokrasi tetap dipelihara. Dengan menjalankan fungsi penyaluran aspirasi, pendidikan politik dan pengawasan, partai politik memperkuat institusi demokrasi. Selain itu berfungsi

juga menjaga persatuan dan stabilitas. Partai dapat menjadi perekat antar kelompok dengan mengedepankan kepentingan nasional di atas kepentingan golongan, sehingga konflik dikelola lewat dialog dan kompromi politik. Hal ini menciptakan iklim yang lebih kondusif bagi persatuan dan pembangunan nasional.

2.2.2.3 Pengertian Fraksi di DPRD

Fraksi di DPRD merupakan kelompok anggota dewan yang terbentuk berdasarkan partai politik atau gabungan partai untuk mengoptimalkan fungsi legislatif daerah. Keberadaannya wajib bagi setiap anggota DPRD dan bertujuan menyatukan aspirasi serta meningkatkan efektivitas tugas dewan.

Fraksi DPRD didefinisikan sebagai wadah berhimpun anggota DPRD yang sepaham, biasanya dari satu partai politik atau gabungan partai sesuai hasil pemilu. Pembentukannya diatur undang-undang dan harus dilakukan paling lama satu bulan setelah pelantikan anggota dewan. Setiap fraksi minimal beranggotakan jumlah setara dengan komisi di DPRD, seperti 4 orang atau lebih.

Ketentuan pembentukan, setiap anggota DPRD wajib bergabung dengan satu fraksi, dan partai politik harus menempatkan anggotanya dalam satu fraksi yang sama. Fraksi gabungan dibolehkan jika partai tidak memenuhi jumlah minimum dengan batas paling banyak dua fraksi gabungan.

Tugas dan fungsi : Fraksi bertanggung jawab menyalurkan aspirasi anggotanya, mengatur urusan internal, serta meningkatkan kualitas kerja anggota.

- a. Memberikan pandangan umum terkait kebijakan, usulan Raperda, atau pengawasan pemerintah daerah.

- b. Menentukan penempatan anggota pada alat kelengkapan DPRD berdasarkan kompetisi dan pengalaman
- c. Fungsi legislasi, Memberikan masukan melalui pandangan fraksi pada pembahasan Raperda di rapat paripurna.
- d. Fungsi penganggaran, Menyampaikan pandangan fraksi terkait prioritas anggaran, efisiensi, dan kesesuaian dengan program pembangunan daerah.
- e. Fungsi pengawasan, Menyampaikan evaluasi dan rekomendasi melalui hak angket, interpelasi, atau rapat kerja dengan eksekutif.

2.2.2.4 Posisi Fraksi Nasdem DPRD Kota Bandung dalam sistem pemerintahan daerah

Fraksi NasDem DPRD Kota Bandung merupakan kelompok anggota dewan dari Partai NasDem yang memegang posisi strategis dalam sistem pemerintahan daerah Kota Bandung. Sebagai bagian dari DPRD, fraksi ini berperan dalam checks and balances terhadap eksekutif walikota, mewujudkan fungsi legislasi, penganggaran, dan pengawasan sesuai UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Dalam sistem pemerintahan daerah, fraksi NasDem menempati posisi oposisi atau koalisi koalisi (tergantung dinamika politik terkini), menyampaikan pandangan fraksi pada rapat paripurna DPRD. Fraksi ini merepresentasikan daerah pemilihan seperti Dapil 1-5, dengan anggota tersebar di berbagai dapil untuk menyalurkan aspirasi warga Bandung. Kehadirannya memperkuat representasi partai NasDem dalam pembahasan Raperda, APBD, dan pengawasan kinerja walikota serta SKPD.

Fraksi NasDem juga berkontribusi pada legislasi melalui usulan Perda inisiatif terkait isu lokal seperti urbanisasi dan lingkungan Bandung, penganggaran dengan masukan prioritas APBD, serta pengawasan melalui hak interpelasi atau angket terhadap program pemerintah kota. Secara keseluruhan, posisinya mendukung demokrasi deliberatif di tingkat daerah, di mana fraksi menjadi jembatan partai politik ke pembuatan kebijakan Kota Bandung yang inklusif dan akuntabel

2.2.3 Komunikasi Politik di Lembaga Legislatif

2.2.3.1 Bentuk-bentuk Komunikasi Politik di Lembaga Legislatif

Bentuk-bentuk komunikasi politik di lembaga legislatif mencakup interaksi dua arah antara anggota dewan dengan konstituen, eksekutif, dan antar-fraksi untuk menyuarakan aspirasi serta membangun legitimasi publik. Bentuk ini disesuaikan dengan konteks DPRD di Indonesia, seperti fraksi NasDem DPRD Kota Bandung yang menangani skeptisisme masyarakat melalui pendekatan representatif dan transparan, terdapat beberapa bentuk komunikasi sebagai berikut :

1. Komunikasi langsung

Komunikasi langsung meliputi tatap muka seperti reses, silaturahmi, dialog warga, dan kunjungan ke daerah pemilih untuk menjaring aspirasi secara personal. Bentuk ini efektif membangun kedekatan emosional dan kepercayaan, terutama saat menyikapi isu skeptisisme dengan klarifikasi langsung. Reses memungkinkan anggota DPRD bertemu langsung dengan konstituen di daerah pemilihan untuk menyerap aspirasi, mendengar keluhan, dan menyikapi skeptisisme secara personal.

2. Komunikasi Intrapersonal

Bentuk interpersonal mencakup anjang sana, tukar pikiran satu-satu, atau pertemuan informal seperti ngopi bareng warga untuk komunikasi timbal balik. Di DPRD, ini mendukung fungsi representasi dengan menyuarakan keluhan konstituen ke sidang parlemen.

3. Komunikasi Kelompok

Sidang paripurna, konvensi, ceramah, dan penyuluhan membahas isu terkini dengan audiens lebih luas. Anggota legislatif menggunakan ini untuk edukasi politik dan sinergi antar-fraksi guna atasi perbedaan persepsi.

4. Komunikasi Digital dan Media

Media sosial seperti Instagram atau Facebook serta media massa menyebarkan kinerja, aktivitas, dan respons cepat terhadap skeptisisme. Platform ini memungkinkan interaksi dua arah dan jejak digital untuk branding pro-rakyat.

2.2.3.2 Strategi Komunikasi Politik legislatif

Strategi Komunikasi Politik adalah perencanaan komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh dengan sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi tersebut dapat mengikat suatu kelompok atau warga tertentu. Strategi komunikasi politik juga merupakan upaya sekelompok manusia yang mempunyai orientasi, pemikiran politik atau ideologi tertentu kedalam suatu sistem politik dengan menggunakan simbol-simbol yang berarti untuk menguasai atau memperoleh kekuasaan. Menurut Effendi (1992 : 301) dalam buku berjudul “Dimensi-dimensi Komunikasi” menyatakan bahwa: “....

strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (communications management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi”.

Selanjutnya, Effendi menjelaskan bahwa strategi komunikasi terdiri dari dua aspek, yaitu : Secara makro (Planned multi-media strategy) Secara mikro (single communication medium strategy). Kedua aspek tersebut mempunyai fungsi ganda, yaitu : Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Menjembatani “*cultural gap*”, misalnya suatu program yang berasal dari suatu produk kebudayaan lain yang dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan sendiri sangat tergantung bagaimana strategi mengemas informasi itu dalam dikomunikasikannya.

Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Calon Legislatif (*Caleg*) Parpol terhadap masyarakat sangat diperlukan dalam menghadapi sebuah Pemilu. Keberhasilan strategi komunikasi politik oleh Parpol dalam merencanakan dan melaksanakan, akan ikut berperan pada hasil perolehan suara nanti. Strategi komunikasi politik ini, oleh banyak Caleg dan Parpol kerap memanfaatkan kemampuan komunikasi interpersonal dan media massa, baik media elektronik maupun cetak. Komunikasi yang intensif yang dilakukan oleh seorang Caleg atau Parpol menandakan adanya upaya untuk menanamkan “*image*” dan “*brand*”

tertentu dalam benak masyarakat. Misalnya, ketika suatu Parpol atau Caleg mengusung permasalahan “pengangguran”, paling tidak hal tersebut merupakan usaha dari Parpol/Caleg untuk membangun image bahwa masalah pengangguran adalah hal krusial yang selalu mereka perhatikan. Contoh lain, adanya slogan “memberantas korupsi”, juga menjadi usaha dari sebuah Parpol/Caleg untuk menjadikan slogan tersebut sebagai “*brand*” pada Parpolnya.

Apabila upaya tersebut tertanam kuat dalam benak masyarakat, maka antusias masyarakat menjadi kuat terhadap Parpol atau Caleg yang mengusung isu tersebut. Kenyataan ini akan menyulitkan Parpol atau Caleg lain, kalau mereka bermaksud menggoyahkan posisi tersebut dalam benak masyarakat. Strategi komunikasi tidak hanya menyangkut isi, melainkan juga saluran media komunikasi.

Pada Pemilu 2014, tercatat ada 12 Parpol (Parpol) yang lolos verifikasi KPU (Komisi Pemilihan Umum) yang akan “bertarung”. Banyaknya Parpol yang menjadi peserta Pemilu juga menjadi sebuah konsekuensi logis pada ketatnya kompetisi antar Parpol dan Caleg dalam meraih suara pemilih untuk memperebutkan kursi di parlemen. Penelitian yang akan dikembangkan oleh penulis dalam latar belakang ini adalah hadirnya Parpol baru dalam mengikuti ajang Pemilu. Dari 12 kontestan Pemilu, hanya terdapat satu Parpol baru, yakni Partai NasDem.

NasDem yang merupakan Parpol baru, leburan dari organisasi masyarakat Nasional Demokrat; yang menggaungkan sebuah manifesto politik, yakni: “menolak demokrasi yang hanya menghasilkan rutinitas sirkulasi kekuasaan tanpa

kehadiran pimpinan yang berkualitas dan layak diteladani”. Pembacaan manifesto tersebut, hadir dan didukung oleh 45 tokoh nasional yang terdiri dari tokoh masyarakat, politisi akademisi, birokrat, budayawan, wartawan dan pengamat politik. Untuk menarik perhatian publik pada Parpol yang diketuai oleh Surya Paloh ini, NasDem mengusung tema: “Restorasi Indonesia atau Gerakan Perubahan”. Yakni, sebuah slogan yang berusaha untuk mencapai restorasi negara-bangsa, restorasi kehidupan rakyat dan restorasi kebijakan nasional.

Partai NasDem sebagai partai baru yang hadir didalam perpolitikan Indonesia yang secara resmi lolos verifikasi oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Kementerian Hukum dan HAM, yang berarti partai NasDem berhak ikut dalam Pemilu 2024.

Strategi komunikasi legislatif merupakan pendekatan khusus dalam komunikasi politik yang digunakan oleh anggota parlemen atau DPRD untuk merepresentasikan aspirasi rakyat, membentuk kebijakan, dan mengawasi eksekutif. Pendekatan ini menekankan interaksi dua arah antara legislator dengan konstituen, fraksi politik, serta pemangku kepentingan lain agar proses legislasi efektif dan partisipatif. Strategi komunikasi legislatif seringkali mencakup pendekatan kultural (sesuai norma lokal), negosiasi lintas kepentingan, dan pemanfaatan teknologi untuk transparansi. Contohnya, forum seperti Rapat Dengar Pendapat Umum (PDPU) atau reses digunakan untuk umpan balik langsung dari warga. Di era digital, media sosial menjadi alat kampanye calon legislatif untuk membangun citra dan interaksi harian.

2.2.3.5 Hubungan DPRD dengan konsituen

Hubungan DPRD dengan konsituen merupakan ikatan represntatif yang esensial untuk menyerap aspirasi masyarakat, mempertanggungjawabkan kinerja, dan membangun kepercayaan publik. Proses ini diatur undang-undang untuk memastikan partisipasi dua arah, terutama melalui mekanisme formal seperti reses dan pengaduan.

1. Mekanisme utama

Hubungan ini difasilitasi oleh kegiatan reses berkala, dimana anggota DPRD turun langsung ke daerah pemilihan (dapil) untuk mendengar keluhan dan menyampaikan program pemerintah. Selama reses, aspirasi ditampung menjadi pokok-pokok pikiran (Pokri) DPRD yang masuk ke Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD). Selain itu, dialog publik seperti Rapat Dengar Pendapat Umum (RDPU) dan pengaduan online memperkuat akuntabilitas.

2. Anggota DPRD menerapkan campuran: Tatap muka untuk kedekatan emosional dan digital untuk jangkauan luas. Respons cepat terhadap keluhan juga krusiak untuk menjaga letimigasi.

2.2.4 Sikap Skeptis Masyarakat

2.2.4.1 Pengetian Skeptis

Skeptisisme adalah sikap mempertanyakan atau mencurigai segala sesuatu karena adanya keyakinan bahwa segala sesuatru itu bersifat tidak pasti. Para penganutnya menyakini adanya pengetahuan yang diduga sebagai keyakinan atau dogma belaka. Kata skeptisisme berasal dari skeptis yang menurut Kamus Besar

Bahasa Indonesia (KBBI) berarti kurang percaya atau ragu – ragu terhadap keberhasilan ajaran dan sebagainya. Secara etimologis, skeptis berasal dari bahasa Yunani (skeptomal) yang berarti “untuk melihat sekitar” atau “untuk mempertimbangkan. Kata skeptis tidak harus dipahami sebagai sikap negatif yang langsung meragukan sesuatu dan tidak memercayai keberadaan pengetahuan, sebab pada pelaksanaannya, skeptisme mempertanyakan sesuatu dengan cara menyampaikan argumen yang terstruktur untuk menimbulkan keraguan agar mendapatkan penjelasan yang akurat memadai. Secara formal, skeptisisme merupakan topik yang menarik dalam filsafat, khususnya epistemologi. Sedangkan secara informal, skeptisisme dapat diterapkan pada topik apapun, seperti politik, agama, atau pseudosains. Ini sering diterapkan dalam ranah yang terbatas, seperti moralitas (skeptisisme moral), teisme (skeptisisme tentang kepercayaan Tuhan), atau supernatural. Tom Friedman dari *New York Times* mengatakan bahwa skeptis adalah sikap untuk selalu mempertanyakan segala sesuatu, meragukan apa yang diterima, dan mewaspadaikan segala kepastian agar tidak mudah ditipu. Seorang yang skeptis akan berkata: “ Saya kira itu tidak benar. Saya akan mengeceknya”.

Dalam penggunaan sehari-hari, skeptisisme dapat diartikan sebagai sikap keraguan atau kecenderungan untuk tidak percaya, baik secara umum maupun terhadap objek tertentu. Skeptisisme juga dapat disebut sebagai doktrin bahwa pengetahuan bukan hal yang pasti, sebuah metode penilaian yang ditangguhkan, keraguan yang terstruktur, atau karakteristik dari skeptis.

2.2.4.2 Pengertian Skeptis Masyarakat

Skeptisisme masyarakat adalah sikap ragu-ragu atau ketidakpercayaan kolektif warga terhadap institusi, pemerintah, atau klaim publik, sering disebabkan oleh pengalaman korupsi, janji politik kosong, atau kurangnya transparansi. Sikap ini mendorong masyarakat untuk memverifikasi informasi sebelum mempercayai sepenuhnya. Menurut KBBI, skeptis berarti sifat kurang percaya dan ragu-ragu terhadap suatu ajaran atau kebijakan. Dalam konteks sosial, ini mencerminkan kecenderungan mempertanyakan otoritas demi menghindari penipuan, berbeda dengan sinisme yang lebih pesimistis. Di Bandung skeptisisme masyarakat terhadap fraksi nasdem muncul karena persepsi institusi legislatif kurang efektif, mendorong strategi komunikasi untuk membangun kembali kepercayaan melalui media sosial.

2.2.4.3 Faktor penyebab sikap skeptis terhadap politik

Ketidakstabilan politik sering kali muncul sebagai konsekuensi dari krisis kepercayaan yang dialami oleh masyarakat terhadap pemerintah atau institusi politik. Ketika kepercayaan publik terhadap pemimpin politik, lembaga negara, atau sistem politik mulai memudar, berbagai gejolak sosial dan politik dapat terjadi. Krisis kepercayaan ini biasanya didorong oleh faktor-faktor seperti korupsi, ketidakmampuan pemerintah dalam menghadapi masalah ekonomi, kegagalan menangani masalah sosial, atau ketidaktransparanan dalam pengambilan keputusan. Fenomena ini berdampak luas pada kestabilan politik suatu negara dan dapat mengakibatkan ketidakpastian serta gangguan dalam proses pemerintahan.

1. Korupsi dan Penyalahgunaan Kekuasaan

Salah satu faktor utama yang menyebabkan krisis kepercayaan masyarakat adalah korupsi di kalangan pejabat pemerintah dan politisi. Ketika masyarakat merasa bahwa pemimpin politik lebih mementingkan keuntungan pribadi atau kelompoknya dibandingkan dengan kesejahteraan rakyat, rasa percaya terhadap pemerintah mulai terkikis. Penyalahgunaan kekuasaan, penggelapan dana publik, serta praktik-praktik kolusi dan nepotisme memperburuk hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

Korupsi yang merajalela tidak hanya menciptakan ketidakadilan, tetapi juga memperkuat pandangan bahwa pemerintah tidak dapat dipercaya. Hal ini pada gilirannya mengurangi partisipasi publik dalam proses politik, menurunkan legitimasi pemerintah, dan memicu protes serta demonstrasi. Contoh nyata bisa dilihat di banyak negara di mana skandal korupsi besar menyebabkan pengunduran diri para pemimpin, jatuhnya pemerintahan, atau pemilihan umum yang dipercepat.

2. Kegagalan Ekonomi dan Sosial

Ketidakstabilan politik sering kali terkait erat dengan ketidakpuasan ekonomi dan sosial. Ketika masyarakat merasa bahwa pemerintah gagal memenuhi kebutuhan dasar, seperti pekerjaan, pelayanan kesehatan, pendidikan, dan infrastruktur, krisis kepercayaan bisa dengan cepat muncul. Tingginya angka pengangguran, kemiskinan yang merajalela, serta kesenjangan ekonomi yang semakin melebar sering menjadi pemicu ketidakpuasan masyarakat.

Di banyak negara, kegagalan pemerintah dalam mengatasi masalah ekonomi seperti inflasi, ketidakstabilan mata uang, atau defisit anggaran menyebabkan penurunan dukungan terhadap pemimpin politik. Kebijakan yang tidak efektif atau dianggap merugikan kelompok masyarakat tertentu juga dapat memperparah ketidakstabilan politik. Di beberapa kasus, seperti yang terjadi di Venezuela atau Yunani, krisis ekonomi yang parah menyebabkan protes massal dan kekacauan politik yang berkepanjangan.

3. Ketidaktransparanan dan Kurangnya Akuntabilitas

Ketidaktransparanan dalam pengambilan keputusan politik adalah faktor lain yang memperburuk krisis kepercayaan masyarakat. Ketika pemerintah atau institusi politik tidak memberikan informasi yang jelas dan terbuka tentang kebijakan atau keputusan yang diambil, masyarakat cenderung merasa curiga dan tidak puas. Kurangnya akuntabilitas dalam pengelolaan pemerintahan juga menambah rasa ketidakpercayaan terhadap para pemimpin.

Misalnya, ketika kebijakan pemerintah diambil secara tertutup atau tanpa konsultasi publik, masyarakat mungkin merasa bahwa mereka tidak dilibatkan dalam proses politik. Hal ini dapat memicu protes terhadap kebijakan tertentu atau memperbesar perlawanan politik. Di sisi lain, kurangnya mekanisme untuk mempertanggungjawabkan kesalahan pejabat publik juga memperparah krisis kepercayaan, karena masyarakat melihat tidak ada konsekuensi bagi pemimpin yang gagal.

4. Protes Massal dan Aksi Demonstrasi

Krisis kepercayaan masyarakat sering kali diekspresikan melalui aksi protes massal dan demonstrasi. Ketika masyarakat merasa frustrasi terhadap pemerintah, protes jalanan menjadi salah satu cara utama untuk menyuarakan ketidakpuasan mereka. Di banyak negara, demonstrasi besar-besaran telah memicu ketidakstabilan politik yang signifikan, dan dalam beberapa kasus, bahkan mengarah pada perubahan rezim.

Gerakan seperti Arab Spring pada awal 2010-an merupakan contoh nyata bagaimana krisis kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah otoriter dan korup dapat memicu pemberontakan politik besar-besaran. Protes di berbagai negara Timur Tengah dan Afrika Utara menunjukkan bagaimana masyarakat yang marah terhadap ketidakadilan politik dan ekonomi bersatu untuk menuntut perubahan. Namun, dalam banyak kasus, ketidakstabilan politik pasca-protes juga menciptakan kekosongan kekuasaan dan kekacauan lebih lanjut.

5. Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Krisis Kepercayaan

Media sosial telah menjadi alat yang kuat dalam membentuk opini publik dan memperkuat krisis kepercayaan terhadap pemerintah. Di satu sisi, media sosial memungkinkan masyarakat untuk berbagi informasi secara cepat dan luas, namun di sisi lain, platform ini juga sering kali menjadi sarana penyebaran disinformasi dan berita palsu yang memperburuk ketidakpercayaan masyarakat.

Dalam situasi krisis, informasi yang salah atau tidak diverifikasi dapat memicu ketidakstabilan politik dengan cepat. Misalnya, tuduhan-tuduhan korupsi atau pelanggaran hak asasi manusia yang tidak berdasar dapat menyulut protes massal atau kekerasan politik. Sebaliknya, media sosial juga bisa digunakan oleh pemerintah atau kelompok tertentu untuk mengendalikan narasi politik dan menyembunyikan kebenaran dari publik, yang semakin merusak kepercayaan masyarakat.

2.2.4.4 Bentuk-bentuk Skeptis Masyarakat

Skeptisisme masyarakat Indonesia muncul dalam berbagai bentuk filosofis dan praktis, yang mencerminkan keraguan terhadap pengetahuan, otoritas, atau klaim tanpa bukti kuat.

1. Skeptisisme terhadap Janji Politik (Skeptisisme Janji Muluk)

Masyarakat ragu dengan program kampanye yang terdengar bombastis tapi tak terealisasi, seperti janji infrastruktur atau kesejahteraan yang berulang setiap Pemilu. Contoh: Gen-Z Bandung skeptis posting Instagram @nasdem.bdg soal "perubahan muda" karena pengalaman Pilkada sebelumnya gagal wujudkan janji serupa.

2. Skeptisisme Korupsi dan Nepotisme (Skeptisisme Institusional)

Penolakan terhadap kinerja legislatif atau eksekutif karena kasus korupsi berulang, di mana hukum terlihat tebang pilih. Contoh: Warga Bandung mempertanyakan efektivitas DPRD NasDem setelah skandal anggota parlemen lain, dengan komentar medsos "semua partai sama, uang lebih penting dari rakyat."

3. Skeptisisme Politik Identitas (Skeptisisme Polarisasi)

Keraguan pada kampanye yang memanfaatkan SARA (suku, agama, ras, antargolongan), menyebabkan polarisasi masyarakat. Contoh: Pemilih Pemilu 2024 skeptis dukungan NasDem ke kandidat tertentu karena dianggap "main identitas" seperti Pilpres 2019, memicu boikot atau golput.

4. Skeptisisme Hoaks Politik (Skeptisisme Digital)

Ragu terhadap berita kampanye di medsos karena banjir disinformasi, mendorong verifikasi mandiri. Contoh: Netizen Bandung fact-check klaim Pileg 2024 NasDem via tools seperti Google atau CekFakta, tolak narasi "kemenangan pasti" tanpa data KPU.

5. Skeptisisme Partisipasi (Skeptisisme Apatis/Golput)

Sikap golput atau abstain karena anggap politik "kotor dan jauh dari rakyat," meski peduli isu lokal. Contoh: Anak muda Bandung abstain Pileg karena skeptis semua caleg DPRD, termasuk NasDem, tak wakili aspirasi seperti banjir atau pengangguran pemuda.

2.2.5 Strategi Komunikasi Politik Dalam Menyikapi Skeptis

2.2.5.1 Pengertian strategi komunikasi politik

Strategi Komunikasi Politik adalah sebuah perencanaan yang sistematis, terukur, dan terintegrasi yang dilakukan oleh aktor politik atau institusi politik (seperti Fraksi NasDem) dalam mengelola pesan-pesan politik untuk memengaruhi, membentuk, atau mengubah persepsi dan perilaku khalayak sasaran (konstituen). Menurut McNair (2011) yang dikutip oleh (Ganda Bramantyo Adhi Kusuma, 2024), Mengatakan bahwa strategi ini bukan sekadar tentang bagaimana pesan

disampaikan, melainkan tentang bagaimana seluruh sumber daya komunikasi diarahkan untuk mencapai tujuan politik tertentu, baik itu dalam rangka memenangkan pemilu, membangun citra positif, maupun mengelola krisis kepercayaan.

Strategi komunikasi politik dalam menyikapi skeptis merupakan serangkaian perencanaan pesan dan tindakan yang sistematis oleh aktor politik untuk mengelola, meredam, dan mengubah sikap keraguan atau ketidakpercayaan masyarakat menjadi dukungan atau pemahaman. Dalam konteks komunikasi politik, skeptisisme muncul ketika terjadi kesenjangan antara janji idealis (seperti visi "Restorasi") dengan realitas kinerja atau perilaku aktor politik yang dianggap tidak sensitif terhadap kebutuhan rakyat. Secara konseptual, strategi komunikasi untuk menghadapi masyarakat yang skeptis melibatkan beberapa pendekatan utama:

1. **Komunikasi Transparan dan Akuntabel:** Strategi ini menekankan pada penyampaian informasi yang jujur mengenai kinerja legislatif, termasuk pengawasan anggaran dan penyerapan aspirasi secara terbuka guna memitigasi narasi negatif.
2. **Narasi Diferensiasi (Segmentasi Pesan):** Mengembangkan pesan yang mampu memisahkan antara dinamika politik di tingkat nasional (seperti isu kontroversial atau perilaku oknum kader pusat) dengan kinerja nyata di tingkat lokal (seperti keberhasilan program kerja Walikota dan Fraksi di daerah) untuk mempertahankan citra positif di mata konstituen lokal.
3. **Strategi Inokulasi (Perlindungan Opini):** Memberikan klarifikasi dan data yang kuat sebelum skeptisisme berkembang menjadi tindakan anarki atau

golput, sehingga masyarakat memiliki pemahaman yang benar terhadap suatu kebijakan atau isu.

4. **Interaksi Langsung dan Pendekatan Emosional:** Membangun kedekatan melalui komunikasi tatap muka atau media interaktif untuk menunjukkan empati politik dan membuktikan bahwa wakil rakyat tidak berada pada lapisan sosial yang terpisah dari realitas ekonomi rakyat. Efektivitas dari strategi ini diukur dari kemampuannya untuk melakukan pemulihan citra (*image restoration*) dan membangun kembali kepercayaan publik (*trust building*) melalui pembuktian kinerja nyata yang solid, bukan sekadar retorika politik.

2.2.5.2 Pendekatan komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif didefinisikan sebagai proses komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku seseorang atau sekelompok orang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator, namun tanpa adanya unsur paksaan. Dalam konteks politik, pendekatan ini digunakan untuk meraih legitimasi dan kepercayaan publik yang skeptis.

Menurut Aristoteles, terdapat tiga pilar utama dalam pendekatan persuasif yang sangat relevan untuk menyikapi skeptisisme masyarakat: *Ethos* (Kredibilitas): Menitikberatkan pada karakter dan kepercayaan komunikator. Fraksi NasDem harus menunjukkan bahwa anggotanya memiliki integritas dan keahlian untuk memulihkan kepercayaan publik.

Pathos (Emosional): Menggunakan pendekatan yang menyentuh perasaan masyarakat. Misalnya, dengan menunjukkan empati terhadap kesulitan ekonomi rakyat melalui program-program sosial.

Logos (Logika): Menyampaikan pesan berdasarkan data, fakta, dan argumen yang rasional. Masyarakat skeptis biasanya hanya bisa diyakinkan dengan bukti kinerja yang nyata dan masuk akal. terdapat beberapa teknik pendekatan persuasif yang sering digunakan dalam komunikasi politik:

1. Teknik Partisipasi: Melibatkan masyarakat secara langsung dalam kegiatan atau pengambilan keputusan (seperti kegiatan Reses). Masyarakat yang merasa dilibatkan cenderung akan berkurang tingkat skeptisismenya.
2. Teknik "*Fear Arousing*" (Membangkitkan Rasa Takut): Memberikan gambaran logis tentang dampak buruk jika sebuah kebijakan tidak didukung, namun harus tetap dilakukan secara proporsional agar tidak menimbulkan resistensi.
3. Teknik "*Pay-off*" (Pemberian Imbalan/Manfaat): Menjelaskan manfaat nyata yang akan diterima masyarakat jika mereka mendukung program kerja pemerintah atau partai.
4. Teknik Kognitif Disonansi: Upaya untuk mengubah sikap dengan cara memberikan informasi baru yang menggoyahkan keyakinan skeptis masyarakat, sehingga mereka mencari keseimbangan baru dengan cara mengubah pandangannya terhadap aktor politik.

2.2.5.3 Transparasi dan Akuntabilitas

Transparansi dan akuntabilitas adalah dua konsep yang saling berkaitan erat dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (<https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/14208/3/BAB%202.pdf>) serta menjadi instrumen krusial untuk meredam skeptisisme politik.

1. **Transparansi (Keterbukaan)** Transparansi dalam komunikasi politik adalah upaya aktor politik (Fraksi NasDem) untuk membuka akses informasi seluas-luasnya bagi masyarakat mengenai proses pengambilan kebijakan, penggunaan anggaran, hingga aktivitas legislatif. Tujuannya menghilangkan kecurigaan publik dan meminimalisir ruang bagi rumor atau hoaks. Penerapannya, transparansi dapat dilihat dari bagaimana Fraksi NasDem menggunakan media sosial atau kanal resmi untuk melaporkan hasil reses, penyusunan Perda, dan transparansi anggaran kepada konstituen di Kota Bandung.
2. **Akuntabilitas (Pertanggungjawaban)** Akuntabilitas adalah kewajiban aktor politik untuk memberikan pertanggungjawaban atau menjelaskan kinerjanya kepada masyarakat yang telah memberikan mandat. Menurut Mardiasmo (2009), akuntabilitas merupakan bentuk kewajiban mempertanggungjawabkan keberhasilan atau kegagalan pelaksanaan misi organisasi.

Hubungannya dengan Skeptis Masyarakat menjadi skeptis seringkali karena merasa tidak ada pertanggungjawaban atas janji kampanye. Akuntabilitas politik menuntut anggota DPRD untuk berani menunjukkan hasil kerja nyata (*output*) dan manfaat yang dirasakan masyarakat (*outcome*). Korelasi dalam Menyikapi

Skeptisisme: Kombinasi antara transparansi dan akuntabilitas menciptakan apa yang disebut sebagai "Politik Kejujuran".

Transparansi menyediakan data (apa yang dilakukan). Akuntabilitas menyediakan alasan dan tanggung jawab (mengapa dilakukan dan apa hasilnya). Bagi publik yang skeptis, retorika politik tidak lagi mempan. Mereka membutuhkan bukti transparan (seperti laporan kinerja yang dapat diunduh) dan tindakan akuntabel (seperti permohonan maaf atau perbaikan kebijakan jika terjadi kesalahan). Dengan menerapkan kedua prinsip ini, komunikasi politik Fraksi NasDem tidak lagi bersifat "*top-down*" (satu arah), melainkan menjadi komunikasi yang jujur dan dapat diuji kebenarannya oleh masyarakat.

2.2.5.4 Pembangunan Citra dan Kepercayaan Publik

Pembangunan citra dan kepercayaan adalah dua elemen yang saling berkaitan erat dalam komunikasi politik. Citra politik yang positif merupakan modal dasar bagi seorang aktor atau lembaga politik untuk mendapatkan kepercayaan dari konstituennya.

1. Pembangunan Citra Politik (*Political Image Building*) Citra politik bukan sekadar "pencitraan" dalam arti negatif, melainkan persepsi yang terbentuk di benak masyarakat berdasarkan pesan, tindakan, dan atribut yang ditampilkan oleh aktor politik. Menurut Nimmo (2010), citra politik dibentuk melalui interaksi antara komunikator politik dan khalayak.
2. Kepercayaan Publik (*Public Trust*) Kepercayaan publik adalah keyakinan masyarakat bahwa para wakil rakyat akan bertindak demi kepentingan umum

dan sesuai dengan norma-norma yang berlaku. Dalam situasi skeptisisme yang tinggi, kepercayaan publik menjadi sangat rapuh.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Komunikasi Politik

2.3.1.1 Pengertian Komunikasi Politik

Komunikasi politik menurut Mc. Nair adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan politisi untuk meraih tujuan tertentu. Mc. Nair berpendapat bahwa komunikasi politik bukan hanya sebagai komunikasi dari aktor politik kepada pemilih dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi juga ditujukan kepada para politisi dan pemilih kolomnis surat kabar, serta komunikasi tentang aktor politik dan aktivitas mereka. Sebagaimana terdapat dalam berita, editorial, dan bentuk diskusi politik media lainnya. Sedangkan menurut nimmo, komunikasi politik adalah proses komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi pengetahuan, kepercayaan-kepercayaan dan tindakan pulik terkait dengan persoalan-persoalan politik.

Pengertian komunikasi politik menurut Miriam Budiardjo adalah "Komunikasi politik merupakan fungsi sosialisasi dan budaya politik. Komunikasi yang berjalan baik menjadi prasyarat sosialisasi politik untuk dapat berjalan dengan baik pula sehingga budaya dapat dilangsungkan dengan baik. Kemudian para ahli komunikasi mendefinisikan bahwa pengertian komunikasi bersumber dari gagasan komunikator yang ingin disampaikan pihak penerima dengan segala daya serta usaha bahkan tipu daya agar pihak penerima mampu untuk memahami serta menerima melalui pesan yang disampaikan.

Para ilmuwan politik memandang bahwa sebenarnya politik memiliki komunikasi karena banyak definisi komunikasi yang telah terdapat oleh politik terutama dikarenakan Komunikasi itu pada umumnya bertujuan untuk mempengaruhi. Sedangkan politik mencakup pengaruh sebagai konsep khusus dari kekuasaan sebagai . Sentral kajian politik. Kemudian menurut Harsono Suwardi komunikasi politik adalah setiap bentuk penyampaian pesan baik dalam bentuk lambang-lambang maupun dalam bentuk kata-kata tertulis atau terucap atau dalam sebuah isyarat yang mempengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu.

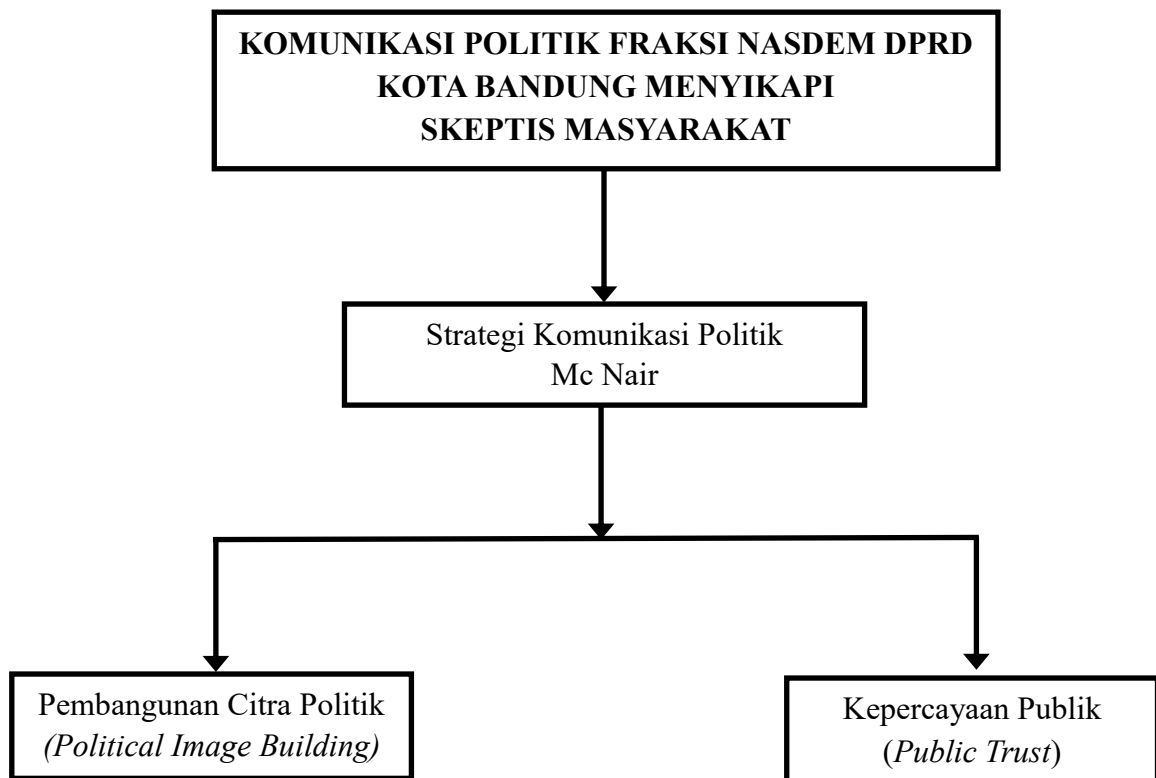
2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dibuat guna memberikan representasi secara singkat perihal tahapan penelitian dari awal hingga akhir. Landasan pemikiran yang peneliti ambil bertujuan untuk mengetahui dan memecahkan masalah terkait bagaimana strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh Fraksi NasDem DPRD Kota Bandung dalam menyikapi skeptisisme masyarakat.

Peneliti memfokuskan kajian pada bentuk-bentuk pesan, saluran komunikasi, serta pendekatan persuasif yang dilakukan oleh anggota fraksi guna meredakan ketidakpercayaan publik khususnya dari kalangan pemilih muda dan masyarakat umum di Kota Bandung terhadap kinerja legislatif. Melalui kerangka ini, peneliti berusaha membedah bagaimana upaya pembangunan citra dan kepercayaan publik (*trust building*) dilakukan untuk mengubah persepsi negatif (skeptis) menjadi pemahaman yang lebih objektif dan apresiatif terhadap fungsi-fungsi DPRD yang dijalankan oleh Fraksi NasDem.

Berdasarkan paparan di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam bagan sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Penulis (2026)