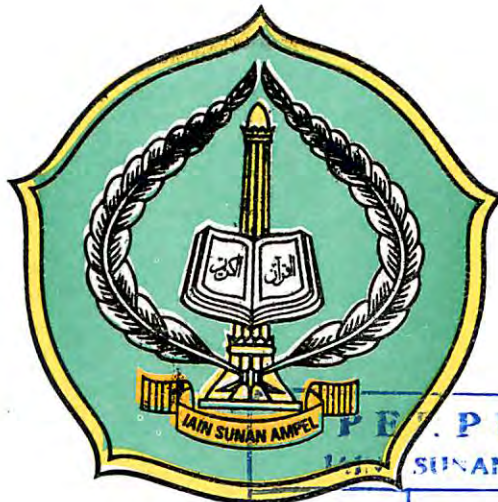


**POLA KOMUNIKASI POLITIK PARTAI DEMOKRAT DALAM  
PEMENANGAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH DI KABUPATEN  
REMBANG TAHUN 2010**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
(S. Kom) Dalam Bidang Ilmu Komunikasi**



<b>PERPUSTAKAAN</b> IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA	
No. KLAS K D-2010 042 Oleh: KOM	No. REG : D-2010/KOM/042 ASAL BUKU : TANGGAL :

**IMRON HAMZAH  
NIM. B06304066**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
FAKULTAS DAKWAH  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
JULI 2010**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**Skripsi oleh Imron Hamzah ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan**

**Surabaya, 09 Juli 2010**



**Pembimbing,**

**Nikmah Hadiati S, S.Ip, M.Si**  
**NIP. 197301141999032004**

## PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Imron Hamzah ini telah dipertahankan di depan  
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 20 Juli 2010

Mengesahkan  
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel  
Fakultas Dakwah  
Dekan,



Dr. Aswadi, M.Ag

NIP. 196004121994031001

Ketua,

Nikmah Hadiati S, S.Ip, M.Si

NIP. 197301141999032004

Sekretaris,

Abid Rohman, S.Ag, M.PdI

NIP. 197706232007101006

Penguji I

Drs. H. M. Hamdun Sulhan, M.Si

NIP. 195403121982031002

Penguji II

Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si

NIP. 197312171998032002



## **ABSTRAK**

**Imron Hamzah, 2010. Pola Komunikasi Politik Partai Demokrat dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Rembang Tahun 2010.**

Partai Demokrat adalah partai pemenang pada Pemilu legislatif 2009 hampir disemua daerah termasuk di kabupaten Rembang. Pada 26 April 2010 kabupaten Rembang kembali menggelar khajatan Pilkada. Untuk itu, sebagai kendaraan, Partai Demokrat kembali dituntut untuk lebih siap dalam merumuskan pola dan strategi komunikasi. Akankah kebijakan partai Demokrat dalam pemenangan pemilihan kepala daerah sama pada pemilu-pemilu sebelumnya?

Masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana Proses Komunikasi Politik Partai Demokrat dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Rembang, (2) Bagaimana Pola Komunikasi Politik Partai Demokrat dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Rembang.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang berguna untuk memberikan fakta dan data, sedangkan jenis penelitiannya adalah kualitatif yang dimaksudkan untuk memaparkan atau menggambarkan proses dan pola komunikasi Politik Partai Demokrat dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Rembang dengan menggunakan teknik observasi, interview dan dokumentasi.

Hasil akhir peneliti ini berdasarkan dari rumusan masalah di atas dapat disimpulkan bahwa: (1) Proses komunikasi politik Partai Demokrat dalam pemenangan Pilkada di kabupaten Rembang tahun 2010 menggambarkan bahwa proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dilakukan dengan mengkampanyekan visi, misi dan program 4 pilar secara face to face kepada komunikan. Dengan tujuan komunikasi politik meliputi penyampaian informasi yang membujuk orang lain agar mengikuti pandangan komunikator. (2) Pola komunikasi yang terdapat dalam komunikasi politik Partai Demokrat dalam pemenangan Pilkada di Rembang tahun 2010 adalah pola komunikasi linear, sekunder, dan sirkular. Pola komunikasi terdapat unsur-unsur komunikasi yang terdiri dari komunikan, pesan, khalayak, media dan efek.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR BAGAN.....	ix
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Konsep .....	6
F. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II : KERANGKA TEORETIK</b>	
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Pengertian Komunikasi Politik .....	13
2. Proses Komunikasi Politik .....	19
3. Pola Komunikasi Politik .....	22
4. Unsur-Unsur Komunikasi Politik.....	29
5. Pendekatan-Pendekatan Komunikasi Politik .....	38
6. Pemenangan Kepala Daerah .....	48
B. Kajian Teoritik .....	55
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	57
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	59
B. Subyek Penelitian.....	61
C. Jenis dan Sumber Data.....	63
D. Tahap-Tahap Penelitian .....	64
E. Teknik Pengumpulan Data.....	65
F. Teknik Analisis Data.....	67
G. Teknik Keabsahan Data .....	68
<b>BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA</b>	
A. Setting Penelitian .....	70
1. Sejarah Partai Demokrat .....	70
2. Visi dan Misi Partai Demokrat .....	74
3. Susunan Pengurus Partai Demokrat Cabang Rembang .....	75
4. Profile Pasangan Calon Partai Demokrat .....	76

5. Visi dan Misi Pasangan Calon.....	78
6. Susunan Tim Kampanye.....	79
B. Penyajian Data .....	80
1. Proses Komunikasi Politik Partai Demokrat dalam peme- nangan Pilkada di Kabupaten Rembang Tahun 2010 .....	81
2. Pola Komunikasi Politik Partai Demokrat dalam Pemena- ngan Pilkada di Kabupaten Rembang Tahun 2010 .....	85
3. Unsur-Unsur Komunikasi Politik.....	88
4. Pendekatan Komunikasi Politik .....	97
C. Analisis Data .....	99
D. Konfirmasi Temuan dengan Teori .....	102

## **BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	107
B. Saran .....	109

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR BAGAN**

<b>2.1</b>	<b>Pola Komunikasi Klasik Aristoteles.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2</b>	<b>Pola Komunikasi Harold Laswell.....</b>	<b>24</b>
<b>2.3</b>	<b>Pola Komunikasi Philip Kotler.....</b>	<b>24</b>
<b>2.4</b>	<b>Pola Komunikasi Linear Shannon dan Weaver.....</b>	<b>26</b>
<b>2.5</b>	<b>Pola Komunikasi Sirkular Osgood dan Schram .....</b>	<b>28</b>
<b>3.1</b>	<b>Proses Komunikasi S-M-C-R-E .....</b>	<b>68</b>





sebetulnya telah berlangsung lama. Salah seorang perintisnya adalah Harold D Lasswell yang pada tahun 1927 menulis buku *Propaganda Technique in the World War*. Bukunya *The Structure and Functions of Communication in Society* dengan model *who says what, to whom, in which channel, with what effect*, merupakan sebuah karya monumental yang terus dikembangkan dalam buku-bukunya yang lain seperti yang ditulisnya pada tahun 1958 yaitu, *Who Gets What, When, How*.<sup>1</sup>

Penelitian komunikasi politik paling awal berkenaan dengan kampanye politik dan pemilihan umum. Selain itu dalam banyak hal di Eropa juga dikembangkan penelitian komunikasi politik yang berkaitan dengan studi opini publik, studi perkembangan arus sosiokultural, telaah hubungan antara media dengan pemerintah, juga sistem informasi dalam institusi birokratis yang ternyata relevan dengan penelitian komunikasi politik di Indonesia sampai sekarang.

Dalam sistem demokrasi langsung, tak ada cara lain yang paling absah untuk memilih kepala negara atau kepala daerah, kecuali melalui Pemilu. Pemilu kepala daerah merupakan ajang paling massif, bebas (*free*) dan adil untuk menentukan tokoh yang berhak menjadi raja dan memimpin rakyat di daerah. Dalam Pemilu setiap orang dihargai sama. Dengan demikian siapapun yang terpilih paling banyak, dianggap memiliki sumber dukungan yang juga lebih banyak dibandingkan yang lainnya. Keyakinan khalayak untuk mendukung calon kepala daerah banyak tergantung pada upaya partai

---

<sup>1</sup> Deddy Mulyana, Solatun. *Metode Penelitian Komunikasi Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 28

pendukung yang mengusung calon kepala daerah dan tim sukses untuk menyebarluaskan profil, visi dan misi pada pelaksanaan kampanye sebagai bagian dari kegiatan Pemilu.

Untuk melaksanakan tujuan-tujuan yang dimaksud, perlu ditentukan terlebih dahulu kebijaksanaan umum yang menyangkut pengaturan dan pembagian atau alokasi sumber-sumber yang ada dengan mengedepankan pola komunikasi yang efektif. Karena komunikasi yang efektif memberikan keuntungan dalam pencapaian tujuan-tujuan pribadi, kelompok, lembaga/organisasi dan pekerjaan. Setelah melakukan pengamatan panjang, Stewart L. Tubbs-Sylvia Moss menyatakan dalam bukunya *Human Communication* bahwa komunikasi efektif merupakan keahlian terpenting, bahkan boleh jadi merupakan hal yang paling penting, untuk mencapai kebahagiaan dan keberhasilan hidup.<sup>2</sup>

Demokrat adalah salah satu organisasi partai bergerak dalam bidang politik yang terdiri dari jajaran pengurus dan terstruktur dari tingkat pusat sampai tingkat daerah yang berperan penting dalam suksesi pemilihan kepala negara maupun kepala daerah. Sebagai partai politik yang baru dirintis pada era reformasi (2001 dan dideklarasikan pada 17 Oktober 2002 di Jakarta), perkembangan Partai Demokrat bisa dibilang cukup signifikan meskipun dalam kurun waktu yang relative singkat.<sup>3</sup> Hal ini dibuktikan dari terus meningkatnya hasil perolehan suara pada pemilihan legislatif 2009, yang

---

<sup>2</sup> Stewart L. Tubbs – Sylvia Moss., *Human Communication Konteks-Konteks Komunikasi* terjemahan Dr. Dedy Mulyana dan Gembirasari (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2005) hal. x

<sup>3</sup> Akbar Faisal, *Partai Demokrat & SBY Mencari Jawaban Sebuah Masa Depan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 71





### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Ingin mengetahui proses komunikasi politik Partai Demokrat dalam pemenangan pemilihan kepala daerah di Kabupaten Rembang tahun 2010.
2. Ingin mengetahui pola komunikasi politik yang diterapkan Partai Demokrat dalam pemenangan pemilihan kepala daerah di Kabupaten Rembang tahun 2010.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara teoretis

Sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang komunikasi politik.

2. Secara praktis

Dapat menjadi bahan masukan bagi praktisi politik khususnya Partai Demokrat dalam pemenangan pemilihan kepala daerah yang akan datang.

### **E. Definisi Konsep**

Pada dasarnya konsep merupakan unsur pokok dari suatu konsep sebenarnya, definisi singkat dari sejumlah fakta atau gejala yang ada.<sup>5</sup> Konsep yang dipilih peneliti haruslah ditentukan batasan dan permasalahan tersebut

---

<sup>5</sup> Kuncoro Ningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1990), hal. 21

sehingga tidak terjadi ke-simpang siuran dalam memahami konsep-konsep yang diajukan dalam penelitian.

### **1. Proses Komunikasi Politik**

Proses adalah tahapan-tahapan dalam suatu peristiwa pembentukan.<sup>6</sup> Sedangkan komunikasi politik secara bahasa dinamakan pesan (*message*) politik, orang yang menyampaikan disebut komunikator, sedangkan orang yang menerima pernyataan dinamakan komunikan.<sup>7</sup> Proses komunikasi menghasilkan perubahan pengertian, karena komunikasi merupakan proses pertukaran informasi antara dua komponen yang mengatur dirinya sendiri. Lebih sederhananya, komunikasi politik adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap/perilaku, pendapat, baik secara lisan maupun tak langsung melalui media dengan tujuan politik.<sup>8</sup>

Proses komunikasi yang akan dibahas disini lebih ditunjukkan pada aspek-aspek operasional Partai Demokrat, terutama dalam pemilihan kepala daerah dengan melihat aspek sasaran dalam komunikasi politik, situasi politik, lingkungan, dan termasuk bahasa yang digunakan oleh komunikator politik yang dipersiapkan secara khusus untuk mencapai efek perubahan perilaku pada diri sasaran.

---

<sup>6</sup> Paus. A. Partanto dan M. Dahlan., *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Arkola, 1994), hal. 633

<sup>7</sup> Onong Uchyana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2000), hal. 27

<sup>8</sup> Onong Uchyana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1986), hal. 5

## 2. Pola Komunikasi Politik

Pola adalah representasi suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut.<sup>9</sup> Menurut kamus ilmiah populer, pola adalah model, contoh, pedoman (rancangan), dasar kerja, pola bisa dikatakan sebagai bentuk yang menjelaskan isinya. Yang ditekankan disini adalah pola dengan pengertian model.<sup>10</sup>

Sedangkan Komunikasi politik adalah transmisi informasi yang relevan secara politis dari satu bagian sistem politik kepada sistem politik yang lain, dan antara sistem sosial dan sistem politik yang hal itu merupakan unsur dinamis dari suatu sistem politik.<sup>11</sup>

Komunikasi politik dapat diartikan suatu proses komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dalam setiap kegiatan-kegiatan kemasyarakatan. Merujuk pada pengertian ini komunikasi politik mempunyai cakupan luas dalam setiap kegiatan kemasyarakatan.<sup>12</sup>

Jadi yang dimaksud pola komunikasi politik ialah bentuk atau model transmisi informasi (komunikasi) yang relevan secara politis dari satu bagian sistem politik kepada sistem politik yang lain ataupun dari sistem sosial kepada sistem politik dimana hal itu merupakan unsur

<sup>9</sup> Deddy Mulyana., *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008) hal. 131

<sup>10</sup> Paus. A. Partanto dan M. Dahlan., *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Arkola, 1994), hal. 605

<sup>11</sup> Micchael Rush & Phillip Althoff. *Pengantar Sosiologi Politik* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1997), hal. 255

<sup>12</sup> Maswardi Rauf., *Komunikasi Politik: masalah sebuah bidang kajian dalam ilmu politik dalam indonesia dan komunikasi politik*, ed. Maswardi Rauf, Mappa Nasrun (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993) hal. 3

dinamis dari suatu sistem politik. Pola komunikasi politik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah model komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh Partai Demokrat Cabang Rembang dalam rangka pemenangan pemilihan kepala daerah di kabupaten Rembang tahun 2010.

### 3. Partai Poitik

Menurut George B. de Huszar dan Thomas H. Stevenson partai politik adalah sekelompok orang yang terorganisir, untuk ikut serta mengendalikan pemerintahan, agar dapat melaksanakan program-programnya dan menempatkan anggota-anggotanya dalam jabatan. Sedangkan Carl J. Fredrich mendefinisikan partai politik adalah sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan pengawasan terhadap pemerintahan bagi pemimpin partainya dan berdasarkan pengawasan ini memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat ideal maupun material. Jadi secara umum dapat dikatakan bahwa partai politik adalah suatu organisasi dimana orang-orang ataupun golongan berusaha untuk memperoleh serta menggunakan kekuasaan.<sup>13</sup>

Jadi yang dimaksud partai politik adalah sekelompok orang yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan kekuasaan. Partai yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Partai

---

<sup>13</sup> Solistyati Ismail Gani, Pengantar Ilmu Politik (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1987), hal.





- Bab I : PENDAHULUAN mencakup beberapa sub bahasan antara lain, tentang latar belakang masalah yang menjelaskan permasalahan yang diungkap dalam penelitian ini, dari permasalahan yang ada kemudian disistematiskan dalam rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat hasil penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.
- Bab II : KERANGKA TEORITIK, membahas tentang kajian pustaka yang menguraikan tentang pengertian komunikasi politik, proses komunikasi politik, pola-pola komunikasi politik, unsur-unsur komunikasi politik, pendekatan-pendekatan dalam komunikasi politik, kemenangan pemilihan kepala daerah, kajian teoritik, penelitian terdahulu yang relevan.
- BAB III : METODE PENELITIAN. Meliputi pendekatan dan jenis penelitian, subyek penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
- BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA setting penelitian yang dibagi dalam beberapa sub: sejarah Partai Demokrat, visi dan misi Partai Demokrat, struktur organisasi Partai Demokrat Cabang Rembang, profile pasangan calon, visi misi pasangan calon, susunan tim kampanye, penyajian data yang terdiri atas proses komunikasi politik Partai Demokrat, pola komunikasi politik Partai Demokrat, analisis data hasil penelitian





kritis dan kemudian banyak dijadikan inspirasi dalam penelitian tentang komunikasi politik di Eropa.<sup>14</sup>

Dari berbagai kajian tentang komunikasi politik kemudian muncul beragam model (pola-pola) sebagai perintis kajian komunikasi selanjutnya. Pola-pola komunikasi ini juga banyak digunakan sebagai pengkajian model komunikasi politik. Pola-pola komunikasi tersebut antara lain: model Garbner, model Laswell, model Westly dan Maclean, model Jacobson serta model Newcomb. Dari beragam model yang berkembang dari studi komunikasi tersebut model Laswell sering digunakan untuk menelaah tentang pola komunikasi politik.

Pola adalah representasi suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut.<sup>15</sup> Menurut kamus ilmiah populer, pola adalah model, contoh, pedoman (rancangan), dasar kerja, pola bisa dikatakan sebagai bentuk yang menjelaskan isinya.<sup>16</sup>

Komunikasi politik menurut Rush dan Althoff mendefinisikan komunikasi politik dalam kerangka pertukaran informasi dan hubungan antara sistem sosial dan politik dalam suatu sistem yang lebih luas. Komunikasi politik dalam konteks ini diartikan sebagai transmisi informasi yang relevan secara politis dari satu bagian sistem politik kepada

---

<sup>14</sup> Anwar Arifin, *Komunikasi Politik Paradigma Teori Aplikasi Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), hal. 34

<sup>15</sup> Deddy Mulyana., *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008) hal. 131

<sup>16</sup> Paus. A. Partanto dan M. Dahlan., *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Arkola, 1994), hal. 605

sistem politik yang lain, dan antara sistem sosial dan sistem politik yang hal itu merupakan unsur dinamis dari suatu sistem politik.<sup>17</sup>

Komunikasi politik dapat diartikan proses komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dalam setiap kegiatan-kegiatan kemasyarakatan. Merujuk pada pengertian ini komunikasi politik mempunyai cakupan luas dalam setiap kegiatan kemasyarakatan.<sup>18</sup>

A. Muis mengemukakan komunikasi politik adalah proses komunikasi yang bermuatan penggunaan kecerdasan, kepintaran, kecerdikan, bahkan kelicikan (*sagacity, expediency, Craftiness, judiciousness, schemingness*) dengan tujuan menguasai dan mengatur negara dan masyarakat.<sup>19</sup> Pengertian ini secara implisit lebih mengedepankan pragmatisme politik dari pada tuntutan komunikasinya. Dominasi ranah politik dapat dilihat dari proses komunikasi dengan menghalalkan segala cara dalam mencapai tujuan. Lebih lanjut Muis mencoba mendiskripsikan tentang penggunaan segala macam pola komunikasi yang dapat dilakukan oleh lembaga kekuasaan, lembaga legislatif, lembaga hukum, lembaga politik, lembaga masyarakat, lembaga ekonomi atau kelompok pelaku ekonomi besar (*pressure group*), dan lembaga komunikasi massa untuk mengontrol, menguasai dan mengatur masyarakat dan negara. Dalam pengertian lain komunikasi politik

---

<sup>17</sup> Michael Rush dan Philip Althoff., *Pengantar Sosilogi Politik* (Jakarta: PT Raja Grafindo) hal. 255

<sup>18</sup> Maswardi Rauf., *Komunikasi Politik: Masalah Sebuah Bidang Kajian dalam Ilmu Politik dalam Indonesia dan Komunikasi Politik*, ed. Maswadi Rauf, Mappa Nasrun (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993) hal. 3

<sup>19</sup> A. Muis, *Titian Jalan Demokrasi Peranan Kebebasan Pers Untuk Budaya Komunikasi Politik*. (Jakarta: Kompas, 2000) hal. xiv

dipahami sebagai artikulasi politik karena menyangkut pengertian tindakan atau cara melakukan politik secara bersama-sama (misalnya, cara terbentuk dan bekerjanya orsospol, lembaga negara dan lembaga masyarakat).<sup>20</sup> Berbekal dari pengertian tersebut komunikasi politik merupakan aktifitas komunikasi yang dilakukan oleh semua elemen masyarakat – baik yang terdapat dalam struktur kekuasaan (lembaga-lembaga negara), maupun lembaga di luar negara (pers, lembaga masyarakat, pelaku ekonomi) – yang berhubungan dengan kepentingan-kepentingan untuk mengatur, menguasai atau mengontrol suatu Negara/wilayah/daerah dan masyarakat. Dengan demikian dalam komunikasi politik sarat dengan kepentingan-kepentingan yang berhubungan dengan cara mendapat kekuasaan.

Pengertian komunikasi politik sebagaimana dikemukakan oleh Muis tidak selaras dengan pengertian komunikasi politik yang dikemukakan Oleh Menteri Negara Informasi dan Komunikasi –Syamsul Mu'arif– pada masa pemerintahan Megawati. Syamsul memberikan pendapat yang bertolak belakang dari komunikasi politik yang bersifat “*political oriented*” dalam rangka *idealis-metodik*, komunikasi politik diartikan sebagai proses bagaimana mengelola konflik kemudian menemukan konsensus dan menemukan sumber daya produktif untuk tujuan membangun bangsa.<sup>21</sup> Komunikasi politik dalam konteks ini,

---

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> Meneg Kominfo, *Mengembangkan Dinamika Komunikasi Politik Dalam Membangun Kultur Demokrasi*, sebuah sambutan dalam “*Politik, Demokrasi dan Manajemen Komunikasi*”, ed. Harsono Suwardi dkk. (Yogyakarta: Galang Press, 2002) hal. xv

merupakan pembicaraan yang diorientasikan kepada manajemen untuk mengatasi konflik menjadi kekuatan yang produktif. Dengan kata lain komunikasi politik adalah pembicaraan untuk mencapai konsensus antara pihak-pihak yang berseberangan secara politik. Pengertian ini dimunculkan sebagai bentuk jawaban terhadap fenomena sosial politik Indonesia pada era reformasi yang sarat dengan konflik.

David Bell dalam menjelaskan komunikasi politik lebih menekankan pada kepentingan-kepentingan yang mendasari komunikasi tersebut. Bell mengindikasikan ada tiga kepentingan dalam komunikasi politik antara lain: pembicaraan politik yang berhubungan dengan kepentingan kekuasaan, pembicaraan pengaruh (mempengaruhi seseorang tanpa ancaman) dan pembicaraan otoritas (pemberian perintah).<sup>22</sup> Dari pemaparan Bell di atas dapat dipahami bahwa komunikasi politik merupakan aktifitas komunikasi yang berhubungan dengan kekuasaan, baik untuk mendapatkan maupun memperoleh kekuasaan, atau untuk mempengaruhi orang lain serta komunikasi yang bersifat memberi perintah.

Lapangan pembahasan dalam komunikasi politik sebagaimana banyak dikemukakan oleh para ahli komunikasi politik mengindikasikan bahwa komunikasi dalam kaitannya dengan politik mempunyai beragam tujuan, baik tujuan yang sifatnya kekuasaan maupun komunikasi politik yang bertujuan untuk menyelesaikan berbagai permasalahan dan konflik

---

<sup>22</sup> Novel Ali, *Peradaban Komunikasi Indonesia Potret Manusia Indonesia* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 1999), hal. 132.



serta komunikasi dalam rangka menumbuhkan partisipasi dari masyarakat politik.

Dan Nimmo dalam mengkaji komunikasi politik melibatkan unsur-unsur komunikator politik, pesan politik, media politik, khalayak politik serta akibat-akibat komunikasi politik. Dengan demikian komunikasi politik merupakan pembicaraan politik yang melibatkan unsur-unsur komunikasi dengan akibat-akibat politik tertentu.<sup>23</sup> Nimmo sendiri mengartikan komunikasi politik sebagai pembicaraan tentang politik.

Banyak definisi tentang politik yang sudah dirumuskan dikaitkan dengan komunikasi. Laswell merumuskan formula bahwa politik ialah siapa memperoleh apa, kapan dan bagaimana caranya (*who, gets what, when, how*). Selain itu, politik juga dipahami sebagai pembagian nilai-nilai oleh yang berwenang, kekuasaan dan pemegang kekuasaan.<sup>24</sup> Perjuangan untuk memperoleh kekuasaan itu akan menyalurkan kekuasaan secara sah kepentingan dari berbagai kekuatan yang bekerja dalam masyarakat. Hal ini akan merangsang adanya perbedaan dan perselisihan atau konflik. Oleh sebab itu Rush juga melihat bahwa perhatian pokok dari politik adalah penyelesaian dari perselisihan atau konflik manusia yang dinamakan *consensus*. Demikian juga Nimmo menyebutkan, bahwa politik terjadi dalam setting politik yang ditandai dengan perselisihan atau konflik. Namun Alfian menyatakan bahwa keseluruhan proses politik terjadi dalam

---

<sup>23</sup> Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator Pesan Media*, terj. Jalaluddin Rakhmat (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993) hal. 8-9

<sup>24</sup> Anwar Arifin, *Komunikasi Politik Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), hal. 1



kegiatan yang senantiasa dilakukan oleh semua anggota masyarakat dimanapun dan kapanpun.

Proses komunikasi yang dilakukan dalam interaksi antar manusia terdapat dalam berbagai dimensi kehidupan. Lingkup komunikasi juga menembus dimensi politik. Dalam kehidupan sehari-hari, proses komunikasi diawali oleh sumber (*source*) baik individu maupun kelompok yang berusaha berkomunikasi dengan individu atau kelompok lain.

Proses komunikasi politik merupakan rangkaian dari aktivitas penyampaian pesan politik sehingga diperoleh *feedback* dari penerima pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul proses, model/bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi. Menurut Burhan Bugin dalam buku “Sosiologi Komunikasi” ada beberapa tahap dalam proses komunikasi:<sup>26</sup>

- a. *Ideation*, yaitu penciptaan suatu gagasan atau pemilihan seperangkat informasi untuk dikomunikasikan. Tahap *pertama* yang dilakukan sumber dalam proses komunikasi adalah *Ideation*, ini merupakan landasan bagi suatu pesan yang akan disampaikan. Seorang komunikator politik dapat memilih dan menciptakan pesan dengan menggunakan ide untuk mempengaruhi komunikannya.
- b. *Encoding* dalam penciptaan suatu pesan, yaitu sumber menerjemahkan informasi atau gagasan dalam wujud kata-kata, tanda-tanda atau lambang-lambang yang disengaja untuk menyampaikan informasi dan

---

<sup>26</sup> Burhan Bugin, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), hal. 255-256

diharapkan mempunyai efek terhadap orang lain. Pesan adalah alat-alat dimana sumber mengekspresikan gagasannya dalam bentuk bahasa lisan, bahasa tertulis ataupun perilaku nonverbal, seperti bahasa isyarat, ekspresi wajah, atau gambar-gambar.

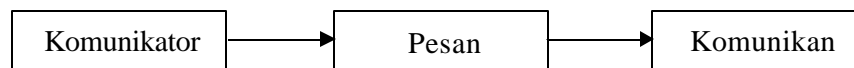
- c. Langkah ketiga dalam proses komunikasi adalah penyampaian pesan yang telah disandi (*encode*). Sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan cara berbicara, menulis, menggambar, ataupun melalui suatu tindakan tertentu. Pada langkah ketiga ini, kita mengenal istilah *channel* atau saluran, yaitu alat-alat untuk menyampaikan suatu pesan. Saluran untuk komunikasi lisan adalah tatap muka, radio dan telepon. Sedangkan untuk komunikasi tertulis adalah meliputi setiap materi yang tertulis ataupun sebuah media yang mampu memproduksi kata-kata tertulis seperti televisi, kaset video, LCD, OHP. Sumber berusaha untuk membebaskan saluran komunikasi dari gangguan ataupun hambatan, sehingga pesan dapat sampai kepada penerima seperti yang dikehendaki.
- d. Mengalihkan perhatian kepada penerima pesan. Jika pesan itu bersifat lisan maka penerima perlu menjadi pendengar yang baik, karena jika penerima tidak mendengar pesan tersebut akan hilang. Dalam proses ini, penerima melakukan *decoding*, yaitu memberikan penafsiran interpretasi terhadap pesan yang disampaikan kepadanya. Pemahaman (*understanding*) merupakan kunci untuk melakukan *decoding* dan hanya terjadi dalam pikiran penerima. Akhirnya penerimalah yang



atau jalur-jalur formal yang berlaku dalam satu organisasi).<sup>27</sup> Berikut ini adalah pola-pola komunikasi politik:

a. Pola komunikasi primer (*One Way Communication*)

Dalam pola ini terbagi menjadi lambang verbal dan nonverbal. Pola komunikasi ini dinilai sebagai model klasik, karena model pemula yang dikembangkan oleh Aristoteles.<sup>28</sup>



Bagan 2.1 Pola Komunikasi Klasik Aristoteles

Sumber : Aristoteles

Komunikasi yang ditelaah oleh Aristoteles ini merupakan bentuk komunikasi retorik, yang kini lebih dikenal dengan nama komunikasi publik (*Public Speaking*) atau pidato. Tipe komunikasi yang menggunakan pola ini adalah komunikasi personal yang meliputi komunikasi intrapersonal dan interpersonal. Pola komunikasi ini kemudian dikenal dengan nama komunikasi primer, yaitu komunikasi dengan menggunakan lambang atau bahasa sebagai sarana utamanya.

b. Pola komunikasi sekunder

Pola komunikasi sekunder diartikan sebagai proses penyampaian pesan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media utama.

<sup>27</sup> Rafael Raga Maran, *Pengantar Sosiologi Politik Suatu Pemikiran dan Penerapan*, cet. Pertama, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2001), hal. 163

<sup>28</sup> Hafidz Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998) hal. 7

Komunikasi ini lazim digunakan apabila khalayak yang menjadi sasaran komunikasi jauh jaraknya dan mempunyai jumlah yang banyak. Pola komunikasi sekunder ini diilhami oleh pola komunikasi sederhana yang dibuat Aristoteles yang kemudian mempengaruhi Harold D. Laswell untuk membuat pola komunikasi yang disebut formula Laswell pada tahun 1948. Model komunikasi Laswell secara spesifik banyak digunakan dalam kegiatan komunikasi massa. Dalam penjelasannya Laswell menyatakan bahwa untuk memahami proses komunikasi perlu dipelajari setiap tahapan komunikasi.

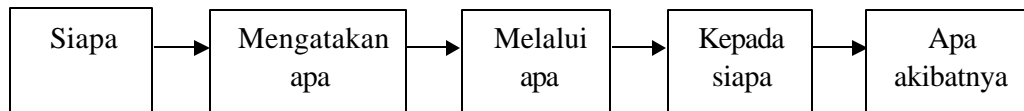
Pola komunikasi Laswellian melibatkan lima komponenn komunikasi sebagai berikut:

- Who
- Say what
- In wich channel
- To whom
- With what effect<sup>29</sup>

Dengan demikian pola komunikasi Laswell melibatkan lima unsur komunikasi yang saling terkait yaitu: komunikator, pesan, media, komunikan dan efek. Kelima dasar Laswell ini menyajikan cara yang berguna untuk menganalisis komunikasi. Pola komunikasi Laswell digambarkan sebagai berikut:

---

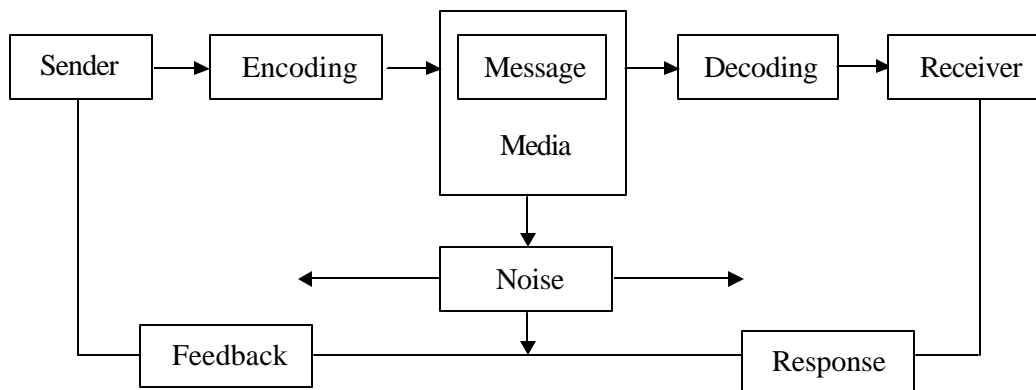
<sup>29</sup> John Fiske, *Cultural And Communication Studies Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, terj. Yosai Iriantara, Idy Subandi Ibrahim, (Yogyakarta: Jalasutra, 2004) hal 46



Bagan 2.2 Pola Komunikasi Harold D. Laswell

Sumber : Harold D. Laswell

Pendapat Laswell di atas juga mengilhami Philip Kotler dalam menjelaskan pola komunikasi. Kotler menggambarkan proses komunikasi dalam bukunya Marketing Management sebagai berikut:<sup>30</sup>



Bagan 2.3 Pola Komunikasi Philip Kotler

Sumber : Philip Kotler

Pola komunikasi politik yang digunakan oleh Philip Kotler ini melibatkan:

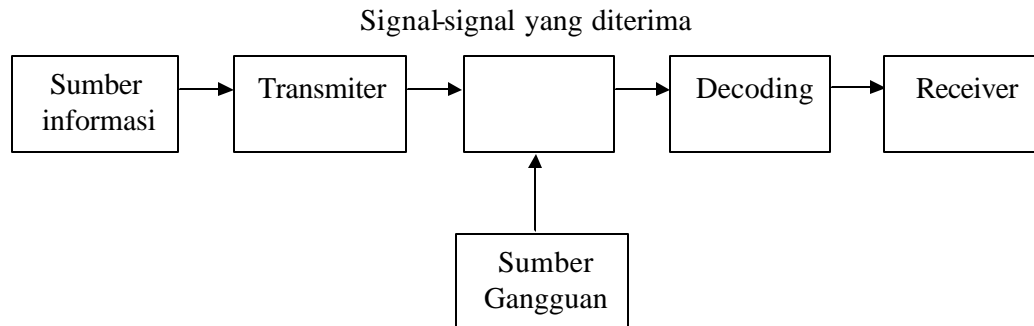
- Sender: Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- Encoding: Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.

<sup>30</sup> Onong Uchyana Effendy, Ilmu Komunikasi dalam Teori dan Praktek, hal. 18





permesinan (*engginering communication*) Shannon. Model matematika tersebut menggaambarkan komunikasi sebagai proses linear.<sup>31</sup>



Gambar 2.4 Pola Komunikai Linear Shannon dan Weaver

Sumber : Shannon dan Weaver

Shannon dan Weaver mengidentifikasi tiga level masalah dalam studi komunikasi. Hal itu adalah:

Level A bagaimana simbol-simbol komunikasi dapat (masalah teknis) ditransmisikan secara akurat?

Level B bagaimana simbol-simbol yang ditransmisikan (masalah semantik) secara persisi menyampaikan makna yang diharapkan?

Level C bagaiman makna yang diterima secara efektif (masalah keefektifan) mempengaruhi tingkah laku dengan cara yang diharapkan?<sup>32</sup>

d. Pola komunikasi sirkular (*multiple step flow communication*)

Pola komunikasi politik yang dikembangkan oleh Laswell kemudian banyak dijadikan landasan oleh para ahli dalam

<sup>31</sup> John Fiske, *Cultural and Communication Studies* sebuah pengantar paling komprehensif, 14

<sup>32</sup> *Ibid.*,

mengembangkan pola komunikasi politik, salah satunya adalah Dan Nimmo. Nimmo menjelaskan tentang fenomena komunikasi politik yang berlangsung di Amerika Serikat, agar komunikasi berjalan secara sirkular. Nimmo membuat perubahan kecil dalam menjelaskan rangkaian komunikasi yang melibatkan lima unsur tersebut dengan siapa mengatakan apa dengan saluran apa dengan (bukan kepada) siapa dengan akibat apa.<sup>33</sup>

*Circular* secara harfiah berarti bulat, bundar atau keliling. Dalam proses sirkular itu terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator sebagai penentu keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi yang seperti ini proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan.

Pola komunikasi sirkular ini didasarkan pada perspektif interaksi yang menekankan bahwa komunikator atau sumber respon secara timbal balik pada komunikator lainnya. Perspektif interaksional ini menekankan tindakan yang bersifat simbolis dalam suatu perkembangan yang bersifat proses dari suatu komunikasi manusia.

Dalam pola komunikasi sirkular mekanisme umpan balik dalam komunikasi dilakukan antara komunikator dan komunikan saling mempengaruhi (*interplay*) antara keduanya yaitu sumber dan penerima. Osgood bersama Schram pada tahun 1954 menentukan

---

<sup>33</sup> Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator Pesan dan Media*, hal. 14



politik merupakan pembicaraan politik yang melibatkan unsur-unsur komunikasi dengan akibat-akibat politik tertentu.<sup>34</sup>

a. Komunikator

Komunikator dalam proses Komunikasi politik memainkan peran sebagai pembentuk opini publik. Sedangkan pesan adalah pembicaraan-pembicaraan sebagai proses negosiasi yang bertujuan membentuk pengertian bersama diantara berbagai pihak tentang bagaimana sikap seharusnya yang harus diperankan setiap pihak dan bagaimana bertindak terhadap sesamanya. Dari sini, isi komunikasi politik seharusnya tidak hanya berkaitan dengan kekuasaan tetapi juga kemungkinan terjadinya konflik. Hal itu mengandung pengertian bahwa pesan politik dimungkinkan mengandung paradoks sebagai bentuk penyelesaian konflik. Sedangkan media politik dalam proses komunikasi politik dapat dimanfaatkan sebagai sarana yang tidak hanya berhubungan dengan kepentingan juga mampu dimanfaatkan untuk berbicara kepada publik dengan sasaran tertentu. Menurut Novel Ali hal mendasar menjadi pembahasan dalam komunikasi politik adalah akibat yang ditimbulkan oleh komunikasi politik. Akibat tersebut dapat berbentuk simpati, partisipasi tetapi juga dapat berwujud sinisme, antipati serta perlawanan politik. Dengan demikian komunikasi politik harus mampu menghasilkan pembentukan dan

---

<sup>34</sup> Dan nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator Pesan Media*, hal. 8-9

perubahan sikap positif tetapi dapat juga bermakna negatif bagi komunikator politiknya.<sup>35</sup>

Sebagai *opinion leader*, komunikator politik memainkan peran sosial yang utama, terutama dalam proses opini publik. Sosiolog Halloran, menempatkan komunikator politik dalam posisi utama dalam kegiatan komunikasi. Menurutnya proses komunikasi ditentukan oleh situasi sosial tempat dimana komunikasi bermula, berkembang dan berlangsung terus. Situasi ini mengharuskan keharmonisan hubungan antara komunikator dan komunikan dan menjadikan hubungan diantara keduanya sebagai bagian integral dari sistem sosial yang ada.

Selanjutnya Dan Nimmo,<sup>36</sup> mengidentifikasi terhadap tiga kelompok yang dapat berperan sebagai komunikator politik. Ketiga kelompok itu adalah politikus, profesional dan aktivis. Sebagai komunikator politik, politikus dapat berperan sebagai wakil dari suatu kelompok, dengan sendirinya pesan-pesan politikus diarahkan untuk mencapai tujuan politik dari suatu kelompok. Di samping itu politikus juga dapat berperan sebagai ideologi dalam kegiatan komunikasi politik. Sebagai komunikator politik yang berkecenderungan sebagai ideolog, politikus mengusahakan tercapainya kebijakan yang berdampak luas, mengusahakan reformasi dan bahkan mendukung perubahan revolusioner.

---

<sup>35</sup> Novel Ali, *Peradaban Komunikasi Politik Potret Indonesia*, hal 133-135

<sup>36</sup> Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator Pesan dan Media*, hal. 30-37

Komunikator profesional dapat berfungsi sebagai manipulator dan makelar simbol yang menghubungkan pemimpin satu sama lain dengan para pengikut. Sebagai makelar simbol, profesional bertugas untuk menerjemahkan sikap, pengetahuan, dan minat suatu komunitas bahasa yang lain yang berbeda tetapi dapat dimengerti. Komunikator politik dari unsur profesional terdiri atas jurnalis dan promotor. Yang termasuk dalam kategori promotor diantaranya adalah makelar-makelar simbol.

Terdapat dua komunikator politik dari kalangan aktivis. Yang pertama adalah juru bicara bagi kepentingan yang terorganisasi. Komunikator dari kalangan ini tidak menjadikan komunikasi politik sebagai lapangan kerja. Tetapi komunikator cukup baik dalam komunikasi dan politik, dengan demikian dapat dikatakan sebagai semi profesional. Komunikator ini berbicara untuk kepentingan terorganisasi, juga mewakili tuntutan keanggotaan suatu organisasi serta melakukan tawar-menawar politik. Sedangkan yang kedua adalah pemuka pendapat. Komunikator ini mempunyai peran untuk mempengaruhi keputusan orang lain dengan meyakinkan komunikasi politik untuk mengikuti pilihannya atau sering dikatakan memberikan petunjuk kepada komunikasi untuk membuat keputusan yang sama dengannya. Di samping itu pemuka pendapat juga berperan meneruskan informasi politik dari media berita kepada masyarakat umum.

Dalam pemilihan komunikator politik Hoflan dan Wiss menjelaskan bahwa kredibilitas terdiri atas dua komponen yaitu keahlian dan dapat dipercaya.

b. Pesan

Teknik berkomunikasi adalah cara atau “seni” panyampaian suatu pesan yang dilakukan oleh komunikator sedemikian rupa sehingga menimbulkan dampak tertentu bagi komunikan. Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai panduan pemikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, himbauan anjuran dan sebagainya.<sup>37</sup> Sedangkan pesan dalam komunikasi politik dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain.

Pesan dalam kegiatan komunikasi politik diklasifikasikan Nimmo menjadi tiga hal.<sup>38</sup> Pertama adalah pembicaraan tentang kekuasaan yang dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain dengan janji dan ancaman. Pembicaraan kekuasaan adalah suatu usaha untuk mendapatkan kekuasaan dengan jalan menyampaikan pesan-pesan politik yang berisi janji-janji atau ancaman dalam suatu kegiatan komunikasi politik. Kedua, pembicaraan pengaruh. Pesan dalam komunikasi politik dimaksudkan untuk mempengaruhi khalayak dengan berbagai cara antara lain: nasehat, dorongan, permintaan, dan peringatan. Tujuan dari pembicaraan pengaruh adalah berusaha

---

<sup>37</sup> Onong Uchyana Effendi, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hal. 6

<sup>38</sup> Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator Pesan Media*. Hal. 75





tersebut adalah: media massa, media komunikasi inter personal dan media komunikasi organisasi.<sup>40</sup> Ada dua bentuk saluran komunikasi massa, masing-masing berdasarkan tingkat langsungnya komunikasi satu kepada banyak. Bentuk yang pertama terdiri atas komunikasi tatap muka seperti bila seorang kandidat politik berbicara di depan rapat umum atau ketika seseorang berbicara di depan khalayak besar atau konferensi pers. Bentuk yang kedua terjadi jika ada perantara ditempatkan di antara komunikator dan khalayak. Di sini media, teknologi, sarana komunikasi lainnya turut serta. Batas media massa dari penjelasan bersifat longgar tidak hanya berhenti pada media elektronik dan cetak, tetapi juga media-media komunikasi yang berbentuk rapat-rapat besar dan pertemuan-pertemuan.

Sedangkan media komunikasi inter personal merupakan bentuk hubungan satu kepada satu. Media (saluran) ini dapat berbentuk tatap muka maupun perantara. Sedangkan media komunikasi ketiga adalah komunikasi organisasi yang menggabungkan penyampaian satu kepada satu dan satu kepada banyak. Akan tetapi komunikasi politik satu kepada satu yang melibatkan organisasi jarang dilakukan. Oleh sebab itu saluran komunikasi satu kepada banyak dengan melalui perantara dijadikan alternatif sebagai media komunikasi organisasi. Bentuk dari komunikasi perantara ini adalah penyebaran pamflet dan tidak jarang yang sering terjadi di Indonesia adalah penyampaian

---

<sup>40</sup> *Ibid.*, hal. 168

pesan komunikasi politik melalui pembagian atribut seperti kaos-kaos maupun sembako kepada khalayak.

d. Khalayak

Jalaluddin Rakhmat menjelaskan pengertian khalayak dengan sejumlah orang yang heterogen. Mereka menjadi khalayak komunikasi politik segera setelah mereka “mengkristal” menjadi opini publik.<sup>41</sup> Arthur F. Bentley dalam bukunya *The Process of Government* sebagaimana dikutip Dan Nimmo memberikan pengertian yang mengarah pada pemahaman tentang khalayak sebagai bagian tertentu dari orang-orang dalam masyarakat yang diperlakukan tidak sebagai massa fisik yang terpisah dari masa yang lain, tetapi sebagai “kegiatan massa yang tidak menghalangi orang yang berpartisipasi di dalamnya untuk berpartisipasi juga dalam banyak kegiatan kelompok yang lain”.<sup>42</sup> Sedangkan Nimmo memberikan pengertian khalayak dengan sejumlah orang yang bertindak atau cenderung bertindak yaitu, dalam berbagai tahap tindakan. Bila didefinisikan sebagai suatu kegiatan, suatu kelompok terdiri atas orang-orang yang melakukan kegiatan yang dipersatukan tanpa menghiraukan apakah yang mendasari kegiatan itu berupa organisasi formal atau tidak formal. Artinya orang

---

<sup>41</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Komunikasi Politik Hubungan Antara Khalayak dan Efek, sebuah pengantar dalam Dan Nimmo, Komunikasi Khalayak dan Efek*, terj. Jalaluddin Rakhmat, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hal. vi

<sup>42</sup> *Ibid.*, hal. 47

bergabung untuk bertindak dalam proses opini meskipun tidak diorganisasi secara formal membentuk kelompok atau opini publik.<sup>43</sup>

Khalayak dibagi atas khalayak yang terorganisir, tidak terorganisir dan khalayak umum (khalayak banyak) serta publik kepemimpinan. Khalayak terorganisasi terbagi dalam tiga kelompok, publik atentif, publik berpikiran isu dan publik ideologis.<sup>44</sup> Publik atentif merupakan kumpulan warga negara yang dibedakan berdasarkan tingkatnya dalam keterlibatan politik, informasi, perhatian dan berpikiran kewarganegaraan. Publik atentif sering bermain sebagai pemuka pendapat, yakni orang-orang yang sering dimintai pendapatnya oleh warga negara lain yang kurang informasi dan kurang keterlibatannya dalam politik. Publik atentif menempati posisi penting dalam proses opini karena mereka bertindak sebagai saluran komunikasi interpersonal dalam aliran pesan timbal balik antara pemimpin politik dan publik umum. Publik atentif juga bergabung dengan pemimpin politik sebagai pembawa konsensus dan sebagai perantara antara khalayak umum dengan pimpinan politik.

Publik berpikiran isu adalah sekumpulan khalayak yang memusatkan perhatian pada suatu isu tertentu. Sekumpulan khalayak yang memusatkan perhatian pada isu yang sama kemudian membentuk publik khusus, publik yang pada akhirnya bisa –tetapi tidak perlu– mengatur diri menjadi kelompok formal. Sedangkan khalayak (publik)

---

<sup>43</sup> *Ibid.*, hal. 47-48

<sup>44</sup> *Ibid.*, hal 48-54



engetahuan. Bagi Burber, pikiran dan perasaan tentang “pribadi” dibina hanya dalam bidang “di antara” banyak hubungan yang menjadikan manusia menjadi “person” dari pada menjadi individu yang mementingkan diri sendiri.

Dalam hubungan saya – anda atau hubungan dialogis, sikap atau perilaku partisipan komunikasi ditandai oleh kualitas seperti kebersamaan, keterbukaan hati, kelangsungan, kejujuran, spontanitas, keterusterangan, tidak berpura-pura, niat yang tidak manipulatif, kerukunan, intensitas dan kasih sayang dalam arti bertanggung jawab dari seorang manusia kepada yang lainnya.<sup>46</sup> Dalam dialog, meskipun ingin dipahami ataupun ingin mempengaruhi seorang komunikator tidak berusaha memaksa kebenaran atau pandangan sendiri kepada yang lain dan tidak mementingkan pendukung ego atau citra diri pribadi. Setiap orang dalam hubungan dialogis diterima sebagai seorang individu yang unik. Seorang menjadi lebih betul-betul menyadari orang lain dari pada menjadi seorang pengamat atau penonton. Pendekatan dialogis menempatkan manusia dalam posisi seimbang untuk menerima dan mengumpan pesan. Perspektif dialogis tidak mengandaikan terjadinya dominasi dalam kegiatan komunikasi. Setiap pelaku komunikasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menyampaikan sesuatu yang menjadi pandangannya.

---

<sup>46</sup> Kyle Hasilden *Morality And The Mass Media* dalam Richard L. Johannesen, *Etika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 11996) hal. 62

Edward Said sebagaimana dikutip oleh Leonard Binder menjelaskan bahwa dialog dimaksudkan untuk menghasilkan kesepakatan diantara pihak-pihak yang sederajat. Said menyangkal bahwa dialog lebih mengarah pada bentuk wacana yang represif – hegemonik daripada kesepakatan yang sederajat.<sup>47</sup>

## 2) Pendekatan monologis (wacana)

Komunikasi yang didasarkan atas pendekatan monologis bersifat non personal atau impersonal. Pendekatan ini menempatkan manusia sebagai benda. Dengan demikian komunikasi monologis ditandai dengan berbagai tingkatan oleh cinta diri, penipuan, kepura-puraan, pertunjukan, kelicikan, pemanfaatan, keuntungan, kerenggangan, pembujukan, dominasi, eksploitasi dan manipulasi. Komuniaktor memanipulasi orang lain untuk tujuan pribadi. Komunikator mengarahkan kekuasaan diatas orang lain dan memandangnya sebagai objek untuk dinikmati atau sebagai benda. Komunikator politik hanya tertarik pada sifat-sifat personal khalayak hanya sejauh dapat memanfaatkannya untuk mencapai tujuan pribadinya.<sup>48</sup> Pendekatan ini menuntut adanya hubungan antara penguasa dan yang dikuasai.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup> Leonard Bindder, *Islam Leberal Kritik Terhadap Ideologi-Ideologi Pembangunan*, terj. Imam Muttaqin (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007) hal. 7

<sup>48</sup> Richard L. Johannes, *Etika Komunikasi*, hal 67

<sup>49</sup> Leonard Bindder, *Islam Leberal Kritik Terhadap Ideologi-Ideologi Pembangunan*, hal





(perempuan atau laki-laki).<sup>50</sup> Pembagian ini tentunya tidak bersifat mengikat dan sangat longgar, bisa jadi kelompok-kelompok yang berbasis agama juga dapat dijadikan dalam memberikan identitas sosial bagi suatu kelompok (misal, Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah).

Identitas sosial yang melekat pada seseorang pada akhirnya mudah membentuk identitas politik. Hal ini karena kelompok sosial memiliki kecenderungan yang kuat untuk memainkan peranan yang penting dalam proses politik: kontestasi dan partisipasi. Faktanya kemudian, identitas sosial menjadi faktor yang sangat mempengaruhi perilaku politik seseorang atau kelompok. Identitas sosial sebagai suatu bagian dari kelompok agama, misalnya, dapat menyebabkan seseorang untuk bergabung dalam suatu kelompok politik, kelompok kepentingan atau kelompok sosial (ormas) yang mengacu pada identitas politik.

Dengan demikian, identitas sosial akan menjadi identitas politik manakala interaksi yang terjadi didalam kelompok bersangkutan paut dengan proses politik. Dengan demikian dalam mengkaji kelompok dikenal istilah konformitas (*conformity*) yang menelaah tentang perubahan perilaku atau kepercayaan menuju norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok.<sup>51</sup> Dalam komunikasi politik yang dilakukan dalam kerangka kelompok sosial

---

<sup>50</sup> Komaruddin Hidayat M. Yudhie Haryono, *Manuver Politik Ulama Tafsir, Kepemimpinan Islam dan Dialektik Ulama Negara*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2004) hal. 24

<sup>51</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya) hal. 150



Disini Durkheim menjelaskan bahwa setiap orang memiliki dua kesadaran:

- a) Kesadaran yang sifatnya menupakan kepribadiannya.
- b) Kesadaran yang sifatnya bersama (umum) dan dimiliki oleh masyarakat.

Kesadaran yang kedua inilah yang ia maksud sebagai *collection consciousness* memori bersifat sosial karena orang lain membantu meningkatkan kepercayaan diri kita dalam ketetapan memori, dan membawa kita pada realitas dimana kita tidak pernah sendiri. Sepanjang hidup individu, ia akan menjadi bagian dari kelompok-kelompok yang berbeda, yang bisa saja stabil (misal, keluarga) atau terus berubah dan memiliki jangka waktu yang pendek. Setiap kelompok memberikan subjek pandangan yang berbeda mengenai hal-hal yang terjadi dimasa lalu. Dan kelompok yang berbeda membentuk masyarakat dengan memori yang berbeda pula mengenai kejadian-kejadian terdahulu sebanyak perbedaan perspektif dan pandangan yang muncul di dalamnya. Halbwach membedakan ada tiga macam teori: 1). internal, personal, atau *auto biographical*. 2). *Social* atau *collective*, dan 3). *Historical memory*. Ia mengontraskan *historcal memory* dengan *collective memory*. Menurutnya, sosial/*collective memory* bisa hilang dan cara untuk menjaganya tetap hidup adalah lewat sejarah. Kedua memori ini dapat dibedakan dalam tiga hal:

- a) *Collective memory* yang masal dan seragam, tetapi tertanam dalam kesadaran kelompok.
- b) *Collective memory* yang tunggal karena kemampuannya (sengaja atau tidak) meminggirkan sejarah lainnya.
- c) *Collective memory* yang plural dan tertanam dalam kesadaran kelompok dengan perbedaan pemahaman dan pemaknaan.

Namer menyatakan bahwa ada dua aspek penting dalam *social memory*, 1) memori berdasarkan *forgetfulness*, dan 2) memori yang melampaui semua perasaan emosi. Misalnya, dalam suatu peringatan akan suatu peristiwa maka tidak berarti hanya kejadiannya saja yang diingat, melainkan ada suatu perasaan emosional yang signifikan melekat dalam peristiwa tersebut.

Dalam perspektif psikologi politik, maka yang disebut *collective memory* adalah ingatan publik akan kejadian-kejadian politik pada masa lalu. Banyaknya buku, tulisan, cerita, ingatan dan informasi peristiwa politik masa lalu merupakan prediktor terbaik akan ingatan terhadap suatu peristiwa politik.

Jodelet membuktikan adanya hubungan erat antara proses rekonstruksi masa lalu dengan rekonstruksi identitas dan kepentingan/minat kelompok. Hubungan itu berupa usaha menghadirkan masa lalu sebagai bagian dari masa kini (melestarikan warisan) dan kegaluan menerima masa depan. Ketika

seorang/sekelompok manusia tidak mampu melahirkan suasana lebih baik hadirnya memori kolektif masalahnya yang mengajak kembali ke masa lalu (karena dianggap lebih enak), terlebih bila memorinya tunggal dan seragam. *Social identity* dan *social memory* merupakan unit-unit analisis kelompok yang bersambungan, dan oleh karenanya memahami suatu fenomena akan lebih baik jika kita menggunakan keduanya.

### 3) Pendekatan masokisme komunikasi

Masokisme komunikasi berangkat dari anggapan bahwa akibat dari dominasi dan represi pada masyarakat politik menjadikan masyarakat akan merasa menjadi subjek yang tidak fungsional, tidak berguna, karena produk-produk komunikasinya tidak diakui. Kondisi masokitis membuat masyarakat tidak lagi menjadi bagian universum struktur republik. Ia merasa terasing atau ditinggalkan oleh pentas komunikasi politik yang tidak berpihak. Secara psikis masyarakat merasa terdeprivasi, dipinggirkan dan terasing. Kondisi psikis yang tertinggal adalah masyarakat merasa tinggal menjadi subjek yang sendirian, terlepas dari universum sosial politiknya.<sup>53</sup> Pendekatan ini secara praktis muncul dalam fenomena “golput” dalam proses pemilihan.

### 4) Pendekatan partisipasi politik

---

<sup>53</sup> Mochtar W. Oetomo *Kebijakan Yang Tidak Komunikatif* Kompas on line, <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0301/09/opini/75434.htm>. di akses tanggal 15 April 2010

Partisipasi politik adalah fenomena baru yang berkembang sejalan dengan perkembangan sistem demokrasi diberbagai pelosok dunia, yang dimulai dari Eropa Barat. Dalam sistem demokrasi partisipasi politik harus dijalankan oleh rakyat kebanyakan, bukan hanya oleh elite politik. Dengan berpartisipasi, rakyat turut serta menentukan kehidupan penyelenggaraan kehidupan politik karena menyuarakan keinginan dan tuntutan mereka. Partisipasi menghasilkan *input* yang diperlukan oleh penguasa politik dalam pengambilan keputusan. Masukan ini memberikan petunjuk bagi pemerintah tentang aspirasi yang berkembang dalam masyarakat sehingga dapat diharapkan bahwa keputusan politik yang dihasilkan oleh penguasa politik dapat memenuhi sebagian besar kepentingan yang diajukan rakyat.<sup>54</sup>

Dengan memakai kacamata Almond dan Easton, dapat dipahami berbagai alasan bagi perlunya partisipasi politik dijalankan oleh warga negara. Partisipasi politik adalah kewajiban bagi setiap warga negara karena keputusan yang dihasilkan oleh penguasa politik harus dipatuhi oleh setiap orang. Untuk mencegah dirugikannya seseorang oleh sebuah keputusan politik yang mengikat dan memaksa, orang harus menyampaikan aspirasinya sehingga dapat diperhatikan oleh pembuat keputusan. Meskipun begitu, tidak ada jaminan bahwa setiap kepentingan atau aspirasi

---

<sup>54</sup> Maswadi Rauf, *Komunikasi Politik: Masalah Sebuah Bidang Kajian dalam Ilmu Politik dalam Indonesia dan Komunikasi Politik*, ed. Maswadi Rauf, Mappa Nasrun (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993) hal. 31

politik itu akan dipenuhi dan diperhatikan oleh keputusan yang dikeluarkan.<sup>55</sup>

## 6. Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah

Pada umumnya pedoman maupun ketentuan teknis yang mengatur hak-hak pemilih, penghitungan dan rekapitulasi hasil penghitungan suara disemua tingkatan pada pemilu pemilihan presiden dan wakil presiden sama dengan pilkada langsung. Kendati demikian, bukan berarti urusan administrasi tersebut juga dipahami dengan sungguh-sungguh peserta pemilu atau pilkada. Urusan administrasi yang berujung pada persoalan-persoalan politis inilah yang kerap terabaikan. Kesadaran perlunya tertib administrasi baru dibelakangan dirasakan setelah tim sukses pasangan calon merasakan ada sesuatu yang tidak beres dalam urusan daftar pemilih dan perolehan suara.

Dari permasalahan inilah yang kemudian menjadi pokok. Berikut ini adalah 9 kunci yang ditawarkan oleh Achmad Herry yang harus diperhatikan oleh calon kepala daerah dan wakil kepala daerah untuk dapat terpilih:<sup>56</sup>

- a. Bercermin pada analisis SWOT dan penuhi kriteria standar seorang pemimpin.
- b. Menawarkan visi, misi, strategi, kebijakan dan program kerja yang sederhana dan menyentuh kepentingan masyarakat “akar rumput”.

Untuk mensukseskan hal itu kepala daerah dan wakil kepala daerah

---

<sup>55</sup> *Ibid.*, hal. 12

<sup>56</sup> Achmad Herry, *Pilkada Langsung 9 Kunci Sukses Tim Sukses* (Jakarta: Galang Press, 2005), hal. 15-16

harus berpola pikir dan berperilaku sebagaimana *chief executive officers* (CEO's) pada perusahaan holding company.

- c. Memahami dan mematuhi semua aturan main yang ditetapkan oleh KPUD, termasuk jadwal, tahapan, dan jenis-jenis formulir.
- d. Menetapkan bentuk organisasi tim sukses yang efektif dan efisien dari tingkat atas (kota/kabupaten) sampai tingkat bawah (TPS). Memilih personalia yang profesional dan berpengalaman, memiliki integritas, loyalitas, komitmen, dan soliditas sebagai anggota tim sukses.
- e. Menerapkan manajemen keuangan yang transparan yang akuntabel, sebelum, pada saat dan sesudah kampanye. Memahami secara rinci aturan mengenai sumbangan dan dana kampanye serta audit dana kampanye.
- f. Menjalankan *soft* dan *hard campaign* yang efektif dan efisien. Pahami karakteristik pemilih dan lakukan komunikasi sambung rasa.
- g. Secara khusus membentuk Kelompok Pendukung tingkat Kecamatan (KPC), Kelompok Pendukung tingkat Desa/Kelurahan (KPD/L) dan Kelompok Pendukung untuk setiap TPS (KP-TPS).
- h. Menguasai secara detil mekanisme pendaftaran, pemutakhiran data, dan persyaratan pemilih yang berhak menggunakan hak pilihnya di tempat pemungutan suara (TPS).
- i. Setiap anggota tim sukses di tingkat kabupaten, KPC, KPD/L, KP-TPS memahami prosedur penghitungan suara dan rekapitulasi hasil penghitungan suara di semua tingkatan termasuk pengisian formulir-



formulir model C, D, DA, DB dan DC yang dilakukan oleh KPPS, PPS, PPK, KPUD (kabupaten/kota).

Berbeda dengan Herry, Mufti Mubarak lebih menawarkan strategi pemenangan dalam pemilihan kepala daerah dengan menekankan pada strategi dan proses kampanye. secara umum dalam pelaksanaan pilkada ini tak beda jauh dengan aturan kampanye pada pemilihan anggota legislatif dan pilpres tahun lalu, baik menyangkut pentingnya tim sukses, sarana komunikasi kampanye, logistik kampanye maupun sasaran yang ingin dicapai dalam sebuah kampanye.

Merujuk pada PP no.6 tahun 2005, kampanye dilaksanakan sebagai bagian dari penyelenggaraan pemilihan, diselenggarakan diseluruh daerah yang menyelenggarakan pilkada. Kegiatan diselenggarakan oleh tim kampanye yang dibentuk oleh pasangan calon bersama-sama partai politik atau gabungan partai politik yang mengusulkan pasangan calon.

Tim kampanye dibentuk secara berjenjang di kabupaten/kota dan kecamatan. Penanggung jawab kampanye adalah pasanga calon yang dalam pelaksanaannya dipertanggungjawabkan oleh tim kampanye. Jadwal pelaksanaan kampanye ditetapkan oleh KPUD dengan memperhatikan usul dari pasangan calon. Hari pertama kampanye dalam rapat paripurna DPRD dengan acara penyampaian visi, misi, dan program dari pasangan calon.

Kampanye dapat dilakukan melalui pertemuan terbatas, tatap muka dan dialog, penyebaran melalui media cetak dan elektronik, penyebaran

bahan kampanye kepada umum, pemasangan alat peraga di tempat umum, rapat umum, debat publik/debat terbuka antar calon, dan kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan, seperti hiburan yang mengandung unsur budaya. Pasangan calon wajib materi menyampaikan kampanye yang diwujudkan dalam visi, misi, dan program secara lisan maupun tertulis kepada masyarakat. Penyampaian materi kampanye disampaikan secara sopan, tertib, dan edukatif.

Ada banyak teori kampanye. Namun secara ringkas Klingeman dan Romelle membedakan kampanye dalam dua bagian yaitu informatif dan komunikatif.<sup>57</sup> Kampanye informatif dilakukan secara satu arah dimana pesan-pesan kampanye mengalir secara linear dari sumber kepada penerima, tidak terjadi dialog antara pelaku dan penerima kampanye. Pelaku kampanye sepenuhnya mengandalkan media massa untuk menyalurkan pesan-pesannya. Sedangkan kampanye komunikatif lebih berorientasi kepada khalayak dan menekankan pada pentingnya interaksi dan dialog dengan khalayak sasaran.

Apapun jenis kampanye yang dipilih, titik tolak dari kegiatan kampanye adalah kegiatan persuasi. Sebab secara inheren, persuasi terkandung dalam kampanye. Tindakan persuasi dalam kampanye berbeda dengan persuasi secara perseorangan. Dalam kampanye, kegiatan persuasi selalu secara sistematis berupaya menciptakan “tempat” tertentu dalam pikiran khalayak tentang produk, kandidat atau gagasan yang

---

<sup>57</sup> Klingeman dan Romelle, dalam *Sukses Pilkada Jurus Memenangkan Pilkada Langsung* (Surabaya: PT Java Pustaka Media Utama, 2005), hal. 147

disodorkan. Kampanye juga berlangsung dalam berbagai tahapan, mulai dari tahapan menarik perhatian khalayak, menyiapkan khalayak untuk bertindak, hingga akhirnya mengajak mereka untuk melakukan tindakan nya ta.<sup>58</sup>

Kampanye sering mendramatisasi gagasan-gagasan yang disampaikan kepada khalayak dan mengundang mereka untuk terlibat baik secara simbolis maupun praktis, guna mencapai tujuan kampanye. Kampanye secara nyata menggunakan kekuatan media massa dalam upaya menggugah kesadaran khalayak hingga merubah perilaku khalayak.

Dalam buku “Suksesi Pilkada” Mufti berpendapat strategi persuasi yang dapat digunakan dalam praktek kampanye yaitu:<sup>59</sup>

- a. Pilihlah komunikator yang terpercaya. Pesan yang diorganisasikan dan disampaikan dengan baik belum cukup untuk mempengaruhi khalayak. Karena itu diperlukan juga komunikator yang handal dan terpercaya untuk menyampaikan pesan tersebut. Dalam hal ini calon kepala daerah harus benar-benar memperhatikan apakah kredibilitas tim sukses yang dibentuknya bisa dijamin bisa menjadi komunikator yang handal dan terpercaya. Tim sukses sekaligus komunikator yang baik minimal harus mempunyai minimal tiga sumber yakni keterpercayaan, keahlian dan daya tarik. Ia haruslah orang yang dinamis, sosiabilitas dan berkharisma. Kepercayaan berkaitan dengan moralitas kejujuran, ketulusan, bijak dan adil,

---

<sup>58</sup> M. Mufti Mubarak, *Suksesi Pilkada Jurus Memenangkan Pilkada Langsung* (Surabaya: PT Java Pustaka Media Utama, 2005), hal. 147

<sup>59</sup> M. Mufti Mubarak, *Suksesi Pilkada Jurus Memenangkan Pilkada Langsung*, hal. 46-48

memiliki sikap dan perilaku terpuji, kepedulian dan tanggung jawab sosial serta memiliki integritas pribadi. Keahlian menyangkut tingkat pendidikan, kecerdasan wawasan yang luas, penguasaan keterampilan dan pengalaman. Daya tarik meliputi baik daya tarik fisik maupun psikologis.

- b. Kemaslah pesan sesuai keyakinan khalayak. Sebuah pesan akan mempunyai pengaruh yang besar untuk mengubah perilaku khalayak jika dikemas sesuai dengan kepercayaan pada diri khalayak.
- c. Munculkan kekuatan diri khalayak. Agar dapat membuat perubahan perilaku yang permanen pada diri khalayak, salah satunya adalah meyakinkan bahwa mereka secara personal mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan tersebut. Khalayak harus disadarkan bahwa mereka dengan segala kemampuannya pasti akan dapat mengubah perilaku kurang baik menjadi perilaku lebih baik seperti yang dianjurkan kampanye.
- d. Ajak khalayak untuk berpikir. Sebuah pesan dapat membawa perubahan perilaku jika dapat memunculkan pemikiran positif dalam diri khalayak. Menyajikan data-data statistik dan temuan-temuan penelitian yang relevan, menyangkan alasan khalayak melakukan sesuatu atau sekedar memberikan argumentasi yang masuk akal adalah beberapa cara yang dapat mendorong khalayak berpikir.

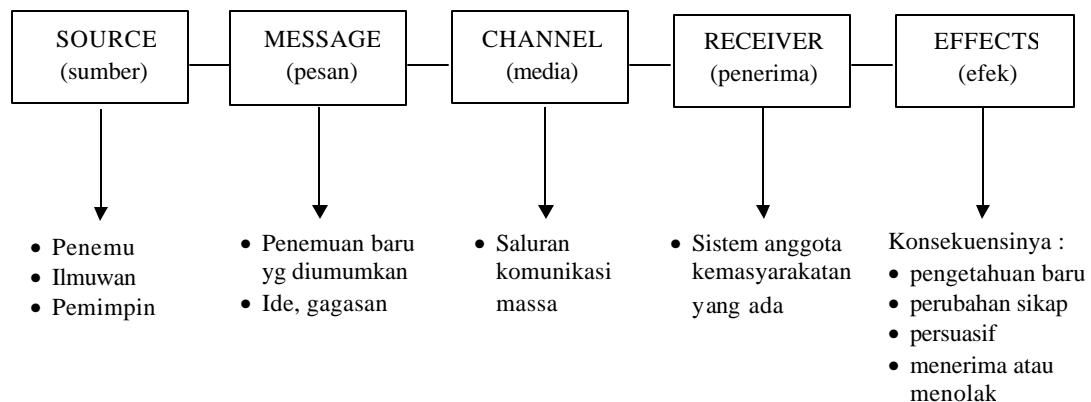
- e. Gunakan strategi pelibatan. Pesan kampanye juga hendaknya disampaikan sesuai dengan menggunakan strategi pelibatan. Tingkat pelibatan sangat tergantung pada jenis khalayak.
- f. Gunakan strategi pembangunan inkonsistensi. Memunculkan sebuah pesan yang akan menimbulkan disonansi karena tidak cocok dengan apa yang selama ini mereka percayai. Ketidakcocokan tersebut pada akhirnya akan membawa khalayak berkeinginan untuk melakukan tindakan yang akan membawa berada pada kondisi yang aman dan seimbang. Kondisi inilah yang dapat digunakan dengan baik untuk membimbing khalayak agar melakukan perubahan perilaku sesuai dengan apa yang dianjurkan dalam kampanye.
- g. Bangun resistensi khalayak terhadap pesan negatif. Munculkan resistensi khalayak terhadap pesan negatif yang berlawanan dengan isu kampanye. Strategi ini berguna untuk membuat khalayak mempunyai kekebalan terhadap suatu tindakan yang ingin dicegah atau ditanggulangi oleh kampanye.

Selain itu sumber utama isi pesan harus merupakan solusi masalah lokal. Secara umum, kampanye sebagai sarana komunikasi antara calon kepala daerah dengan masyarakat pendukungnya, tak beda dengan kampanye pada pemilihan anggota legislatif dan pemilihan presiden, baik dari segi teknik, model dan strategi kampanye. Yang berbeda hanyalah pada tingkat lokal, maka kampanye pilkada secara pribadi maupun lewat tim suksesnya juga menghadapi khalayak pemilih yang sifatnya juga tak

terbatas. Yang pasti, kampanye pemilihan kepala daerah harus menyesuaikan dengan format lokal.

## B. Kajian Teoritik

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah model proses komunikasi umum yang dipakai dalam praktik proses penyampaian pesan oleh Everett M. Rogers and W. Floyd Shoemaker melalui bukunya yang berjudul *Communication of Innovations*, dengan menampilkan *a common model of communications process is that of source – message – channel – receiver – effects* atau yang dikenal dengan formula S – M – C – R – E, yaitu merupakan suatu model komunikasi yang sama atau mirip pada unsur-unsur pembaruan komunikasi yang tersebar.<sup>60</sup>



Bagan 3.1 Proses Komunikasi S – M – C – R – E

Sumber: Harold Laswell

<sup>60</sup> Ruslan, Rosady. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. .....hal 68



### **C. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Sebagai rujukan dari penelusuran hasil penelitian yang terkait dengan tema yang diteliti peneliti berusaha mencari referensi hasil penelitian yang di kaji oleh peneliti terdahulu sehingga membantu peneliti dalam mengkaji tema yang diteliti. Selain itu hasil penelitian yang terdahulu akan dapat di ketahui permasalahannya. Penelitian yang diambil sebagai referensi yaitu penelitian yang di lakukan oleh Hijri 'Alauddin, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah pada tahun 2006 berjudul "Pola Komunikasi Politik Warga Nahdliyyin Studi Dinamika Komunikasi Politik Warga Nahdliyyin Pada Pemilihan Umum 2004 di Desa Ngelom Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo". Rumusan masalah penelitian tersebut adalah bagaimana pola komunikasi politik warga Nahdliyyin di desa Ngelom pada pemilu 2004 dan bagaimana dinamika komunikasi politik warga Nahdliyyin di desa Ngelom pada pemilu 2004. Tujuan penelitiannya adalah mengetahui pola komunikasi politik warga Nahdliyyin di desa Ngelom pada pemilu 2004 dan mengetahui dinamika komunikasi politik warga Nahdliyyin di desa Ngelom pada pemilu 2004. Metode penelitiannya menggunakan metode kualitatif deskriptif. Kesimpulan dari penelitian tersebut menunjukkan dinamika komunikasi politik warga Nahdliyyin di desa Ngelom dipengaruhi oleh maraknya black politics dalam komunikasi politik. pola komunikasi politik yang disimpulkan



merupakan gambaran model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Laswell.<sup>62</sup>

Sedangkan yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah rumusan masalah yang diteliti adalah bagaimana proses komunikasi politik Partai Demokrat dalam pemenangan pemilihan kepala daerah di Kabupaten Rembang tahun 2010 dan bagaimana pola komunikasinya, sedangkan tujuan penelitiannya adalah ingin mengetahui bagaimana proses komunikasi politik Partai Demokrat dalam pemenangan pemilihan kepala daerah di Kabupaten Rembang tahun 2010 dan bagaimana pola komunikasinya. Metode penelitiannya menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini mendeskripsikan proses komunikasi politik Partai Demokrat cabang Rembang yang kemudian dapat diketahui pola komunikasi politik apa yang dipakai Partai Demokrat dalam pemilihan kepala daerah di Kabupaten Rembang tahun 2010. Jadi penelitian yang sekarang ini benar-benar beda dari penelitian yang terdahulu.

---

<sup>62</sup> Hijri 'Alauddin, "*Pola Komunikasi Politik Warga Nahdliyyin Studi Dinamika Komunikasi Politik Warga Nahdliyyin Pada Pemilihan Umum 2004 di Desa Ngelom Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo*" (Skripsi, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2001)

### BAB III

## METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis penelitian

Dalam penelitian yang mengkaji tentang pola komunikasi politik Partai Demokrat ini menggunakan metode kualitatif dan jenis penelitiannya adalah deskriptif, karena metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati untuk diarahkan pada latar dan individu secara holistik. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif observasi. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut. Artinya penelitian kualitatif ini lebih sebagai proses yang dapat diamati seperti perilaku atau sikap sehingga dalam penyajian datanya berupa data deskriptif.<sup>63</sup> Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretatif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya.<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hal. 7

<sup>64</sup> Deddy Mulyana, Dr. Solatun. *Metode Penelitian Komunikasi Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 5

Penelitian ini lebih menekankan makna dari pada hasil suatu aktivitas karena dalam melakukan penelitian ini peneliti bukan sebagai orang ahli tetapi orang yang belajar mengenai sesuatu dari subyek penelitian. Dengan menggunakan jenis penelitian ini akan dapat diketahui bagaimana pola komunikasi politik Partai Demokrat dalam pemenangan pemilihan kepala daerah di Kabupaten Rembang tahun 2010.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan yang nyata sekarang (sedang berlangsung). Penelitian kualitatif deskriptif dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi menurut gejala yang ada pada saat penelitian dilakukan. Disini peneliti tidak hendak menguji suatu teori apapun atau membuktikan suatu hipotesa tetapi berusaha memahami dan mendeskripsikan pola komunikasi politik Partai Demokrat dalam pemenangan pemilihan kepala daerah di Rembang tahun 2010. Penelitian ini hanya memaparkan situasi dan peristiwa bukan mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi.<sup>65</sup> Partisipasi peneliti sangat diperlukan sehingga peneliti dapat memahami segala macam tindakan dari dalam maupun dari luar. Dan juga berusaha memahami arti peristiwa dan kaitannya terhadap masyarakat dalam situasi tertentu.

Alasan peneliti menggunakan jenis dan pendekatan penelitian ini adalah :

---

<sup>65</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta. 2000) hal. 245



penelitian karena merupakan lembaga/organisasi politik yang menjadi pemenang pada pemilu legeslatif tahun 2009 hampir diseluruh daerah di kabupaten Rembang dan sebagai pengusung pasangan calon kepala daerah (bupati dan wakil bupati) di daerah tersebut.

Sumber data dalam penelitian ini, yaitu orang-orang Partai Demokrat Cabang Rembang yang terlibat dalam pemenangan pilkada tahun 2010. Antara lain sebagai berikut:

1. Ketua tim sukses pemenangan pemilihan kepala daerah dan Ketua Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Rembang dari Fraksi Demokrat: Ir. H. Sunarto.
2. Sekretaris tim sukses pemenangan pemilihan kepala daerah dan wakil sekretaris Partai Demokrat M. Charis Kurniawan, S.Ip.
3. Koordinator bidang Administrasi dan ketua tim sukses wilayah barat: Pelda Purn. Soemarmo.
4. Ketua tim sukses wilayah Timur (Sedan dan sekitarnya): Niamullah
5. Koordinator Bidang Humas: Slamet Kamek.
6. Koordinator bidang administrasi: Ir. Roben siringo-ringo
7. Ketua Pimpinan Anak Cabang (PAC) Partai Demikrat: Islahuddin.

Penetapan informan ini dilakukan dengan mengambil orang yang telah terpilih betul oleh peneliti menurut ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel atau memilih sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Hal tersebut dinamakan teknik Purposive Sampling yaitu sampel yang dipilih dengan cermat hingga relevan dengan design penelitian.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Nasution, S. *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), hal 99









Suatu teknik pengumpulan data dimana peneliti menggunakan pengamatan atau penginderaan dan pencatatan sistematis yang langsung terhadap peristiwa yang sedang diteliti yaitu tentang apa pola komunikasi politik yang digunakan oleh Partai Demokrat Cabang Rembang dalam pemenangan pemilihan kepala daerah di kabupaten Rembang tahun 2010. Dengan cara ini peneliti melihat apa yang mereka lakukan, kapan, dan dalam keadaan apa serta tindakan mereka yang berhubungan dengan pola komunikasi politik dalam pemenangan kepala daerah di Rembang tahun 2010. Observasi sebagai alat pengumpul data harus sistematis artinya observasi serta pencatatannya dilakukan menurut prosedur dan aturan-aturan sehingga dapat diulang kembali oleh peneliti.

## **2. Interview atau Wawancara Mendalam**

Suatu proses memperoleh keterangan secara mendalam untuk memperoleh informasi tentang suatu kejadian (peristiwa), pendapat, pendirian, cerita, dan sebagainya, yang berkaitan dengan tema yang diteliti yang berbentuk tanya jawab dengan bertatap muka langsung antara si penanya dengan narasumber atau informan.<sup>68</sup> Bisa disebut juga suatu bentuk komunikasi verbal semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi atau wawancara berstruktur dengan semua pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya secara cermat, biasanya secara tertulis. Pewawancara dapat menggunakan data pertanyaan sewaktu melakukan interview.

---

<sup>68</sup> Koentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1994), hal. 129

### 3. Dokumentasi

Proses melihat sumber-sumber data dari dokumen yang ada dan dapat digunakan untuk memperluas data-data yang telah ditemukan bisa berbentuk segala macam bentuk informasi yang berhubungan dengan dokumentasi dalam bentuk tertulis atau mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, surat kabar, majalah atau dokumen resmi yang berhubungan dengan Partai Demokrat cabang Rembang, dan lain sebagainya.<sup>69</sup>

### F. Teknik Analisis Data

Data yang sudah terkumpul selanjutnya di analisa dengan tujuan menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan dipahami. Selain itu data diterjunkan dan dimanfaatkan agar dapat dipakai untuk menjawab masalah yang diajukan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis domain yaitu analisis yang biasanya dilakukan untuk memperoleh gambaran/pengertian yang bersifat umum dan relatif menyeluruh tentang apa yang tercakup disuatu fokus/pokok permasalahan yang tengah diteliti.<sup>70</sup> Peneliti menggunakan domain jenis, cara mencapai tujuan dan alasan. Langkah-langkah dalam penelitian ini menentukan konsep kemudian menentukan kategori dari konsep tersebut sesuai dengan rumusan dan tujuan penelitian yaitu: konsep pola komunikasi

---

<sup>69</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000) hal. 136

<sup>70</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Putra Grafika, 2006), hal.196







Pada tanggal 12 Agustus 2001 pukul 17.00 diadakan rapat yang dipimpin langsung oleh SBY di apartemen Hilton.<sup>72</sup> Rapat tersebut membentuk tim pelaksana yang mengadakan pertemuan secara marathon setiap hari. Tim itu terdiri dari : (1) Vence Rumangkang, (2) Drs. A. Yani Wahid (Alm), (3) Achmad Kurnia, (4) Adhiyaksa Dault, SH, (5) Baharuddin Tonti, (6) Shirato Syafei. Di lingkungan kantor kementerian koordinator politik dan keamanan (Menkopolkam) pun diadakan diskusi-diskusi untuk pendirian sebuah partai bagi kendaraan politik SBY dipimpin oleh Drs. A. Yani Wachid (Almarhum). Pada tanggal 19 Agustus 2001, SBY memimpin langsung pertemuan yang merupakan cikal bakal pendirian dari Partai Demokrat. Dalam pertemuan tersebut, Vence Rumangkang menyatakan bahwa rencana pendirian partai akan tetap dilaksanakan dan hasilnya akan dilaporkan kepada SBY.

Selanjutnya pada tanggal 20 Agustus 2001, Vence Rumangkang yang dibantu oleh Drs. Sutan Bhatogana berupaya mengumpulkan orang-orang untuk merealisasikan pembentukan sebuah partai politik. Pada akhirnya, terbentuklah Tim 9 yang beranggotakan 10 (sepuluh) orang yang bertugas untuk mematangkan konsep-konsep pendirian sebuah partai politik yakni: (1) Vence Rumangkang, (2) Dr. Ahmad Mubarak, MA, (3) Drs. A. Yani Wachid (almarhum), (4) Prof. Dr. Subur Budhisantoso, (5) Prof. Dr. Irzan Tanjung, (6) RMH. Heroe Syswanto Ns, (7) Prof. Dr. RF. Saragjh, SH., MH, (8) Prof. Dardji Darmodihardjo, (9) Prof. Dr. Ir. Rizald

---

<sup>72</sup> <http://situsresmi Partai Demokrat.co.id/sejarah> Partai Demokrat/diakses tanggal 12/06/2010

Max Rompas, dan (10) Prof. Dr. T Rusli Ramli, MS. Disamping nama-nama tersebut, ada juga beberapa orang yang sekali atau dua kali ikut berdiskusi. Diskusi finalisasi konsep partai dipimpin oleh SBY.

Untuk menjadi sebuah Partai yang disahkan oleh Undang-Undang Kepartaian dibutuhkan minimal 50 (limapuluh) orang sebagai pendirinya, tetapi muncul pemikiran agar jangan hanya 50 orang saja, tetapi dilengkapi saja menjadi 99 (sembilanpuluh sembilan) orang agar ada sambungan makna dengan SBY sebagai penggagas, yakni SBY lahir tanggal 9 bulan 9. Pada tanggal 9 September 2001, bertempat di Gedung Graha Pratama Lantai XI, Jakarta Selatan dihadapan Notaris Aswendi Kamuli, SH., 46 dari 99 orang menyatakan bersedia menjadi Pendiri Partai Demokrat dan hadir menandatangani Akte Pendirian Partai Demokrat. 53 (lima puluh tiga) orang selebihnya tidak hadir tetapi memberikan surat kuasa kepada Vence Rumangkang. Kepengurusanpun disusun dan disepakati bahwa Kriteria Calon Ketua Umum adalah Putra Indonesia asli, kelahiran Jawa dan beragama Islam, sedangkan Calon Sekretaris Jenderal adalah dari luar pulau Jawa dan beragama Kristen. Setelah diadakan penelitian, maka Vence Rumangkang meminta Prof. Dr. Subur Budhisantoso sebagai Pejabat Ketua Umum dan Prof. Dr. Irsan Tandjung sebagai Pejabat Sekretaris Jenderal sementara Bendahara Umum dijabat oleh Vence Rumangkang.

Pada malam harinya pukul 20.30, Vence Rumangkang melaporkan segala sesuatu mengenai pembentukan partai kepada SBY di kediamannya

yang saat itu sedang merayakan hari ulang tahun ke 52 selaku koordinator penggagas, pencetus dan pendiri Partai Demokrat. Dalam laporannya, Vence melaporkan bahwa Partai Demokrat akan didaftarkan kepada Departemen Kehakiman dan HAM pada esok hari yakni pada tanggal 10 September 2001.

Pada tanggal 10 September 2001 jam 10.00 WIB Partai Demokrat didaftarkan ke Departemen Kehakiman dan HAM RI oleh Vence Rumangkang, Prof. Dr. Subur Budhisantoso, Prof. Dr. Irsan Tandjung, Drs. Sutan Bhatogana MBA, Prof. Dr. Rusli Ramli dan Prof. Dr. RF. Saragih, SH, MH dan diterima oleh Ka SUBDIT Pendaftaran Departemen Kehakiman dan HAM. Kemudian pada tanggal 25 September 2001 terbitlah Surat Keputusan Menkeh & HAM Nomor M.MU.06.08.-138 tentang pendaftaran dan pengesahan Partai Demokrat. Dengan Surat Keputusan tersebut Partai Demokrat telah resmi menjadi salah satu partai politik di Indonesia dan pada tanggal 9 Oktober 2001 Departemen Kehakiman dan HAM RI mengeluarkan Lembaran Berita Negara Nomor : 81 Tahun 2001 Tentang Pengesahan. Partai Demokrat dan lambang Partai Demokrat. Selanjutnya pada tanggal 17 Oktober 2002 di Jakarta Hilton Convention Center (JHCC), Partai Demokrat dideklarasikan dan dilanjutkan dengan Rapat Kerja Nasional (Rake rnas) Pertama pada tanggal 18-19 Oktober 2002 di Hotel Indonesia yang dihadiri Dewan Pimpinan Daerah (DPD) dan Dewan Pimpinan Cabang (DPC) seluruh Indonesia.



Sejalan dengan deklarasi berdirinya Partai Demokrat, sebagai perangkat organisasi dibuatlah Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART). Sebagai langkah awal maka pada tahun 2001 diterbitkan AD/ART yang pertama sebagai peraturan sementara organisasi. Pada tahun 2003 diadakan koreksi dan revisi sekaligus didaftarkan ke Departemen Kehakiman dan HAM RI sebagai persyaratan berdirinya Partai Demokrat. Sejak pendaftaran tersebut, AD/ART Partai Demokrat sudah bersifat tetap dan mengikat hingga ada perubahan oleh forum Kongres ini.<sup>73</sup>

## **2. Visi Misi Partai Demokrat**

### **a. Visi Partai**

Partai Demokrat bersama masyarakat luas berperan mewujudkan keinginan luhur rakyat Indonesia agar mencapai pencerahan dalam kehidupan kebangsaan yang merdeka, bersatu, berdaulat adil dan makmur, menjunjung tinggi semangat nasionalisme, humanisme dan internasionalisme, atas dasar ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa dalam tatanan dunia baru yang damai, demokratis dan sejahtera.

### **b. Misi Partai**

- 1) Memberikan garis yang jelas agar partai berfungsi secara optimal dengan peranan yang signifikan di dalam seluruh proses pembangunan Indonesia baru yang dijiwai oleh semangat reformasi serta pembaharuan dalam semua bidang kehidupan

---

<sup>73</sup> Lihat dalam lampiran Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) Partai Demokrat



**Dewan Pimpinan Cabang**

1. Ketua : H. Moch. Salim
2. Sekretaris (Plt) : H. Musafak
3. Bendahara : H. Moch Nurachlis

**Wakil-Wakil Ketua**

1. Organisasi keanggotaan dan kaderisasi (OKK) : M. Hidayat
2. Pendidikan dan peningkatan SDM : Niamullah, Lc
3. Ekonomi, koperasi, UKM, perdagangan dan perindustrian : Harno, SE
4. Pemuda, olahraga, dan KOMINFO : Sugeng Eko Pramono
5. Kelautan, perikanan, pertanian, kehutanan dan perkebunan : Moch. Gunasih, SE
6. Sosial, kesehatan, agama dan aliran kepercayaan : H. Kunawar, SS
7. Energi, SDA, Lingkungan Hidup, Kelestarian alam dan bencana alam : Ir. H. Sunarto
8. Pemda dan POLKAMDA : Moch. Al hilal, SH, M.n
9. Pariwisata, seni dan budaya : H. Supto, S.Pd
10. Hukum, HAM, Buruh, Tani, Nelayan, dan Tenaga Kerja : Hery Waloejo, SH
11. Pemberdayaan Perempuan : Imroatus Solichah, SE

**Wakil-Wakil Sekretaris**

1. Wakil Sekretaris 1 : Moch. Charis Kurniawan, S.Ip
2. Wakil Sekretaris 2 : Pelda Purn Soemarmo
3. Wakil Sekretaris 3 : Dani Khumaristyanto
4. Wakil Sekretaris 4 : Nufika Nurlianti
5. Wakil Sekretaris 5 : Khoiriyah Mulyasari
6. Wakil Sekretaris 6 : Muhartono, BSc
7. Wakil Sekretaris 7 : R Bodan Adiroso
8. Wakil Sekretaris 8 : Yuliani Ari Setyaningsih
9. Wakil Sekretaris 9 : Ngaditem
10. Wakil Sekretaris 10 : Masriati
11. Wakil Sekretaris 11 : Dwi Astiti Damayanti

**Wakil-Wakil Bendahara**

1. Wakil Bendahara : Moch. Efendy, SH
2. Wakil Bendahara : Mulyanah
3. Wakil Bendahara : Edi Kartono, S.Pd
4. Wakil Bendahara : Hikmah Purnamawati
5. Wakil Bendahara : M. Rifai Ibruri
6. Wakil Bendahara : Islahuddin

**4. Profil Pasangan Calon Pilkada Partai Demokrat****a. Profile Calon Bupati**

Nama : **H Moch Salim**









Dalam kemenangan pemilihan kepala daerah di Kabupaten Rembang tahun 2010, Partai Demokrat mempunyai proses komunikasi politik dan pola komunikasi politik, yaitu:

### **1. Proses Komunikasi Politik Partai Demokrat Dalam Kemenangan Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Rembang tahun 2010**

Pada pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) di kabupaten Rembang tahun 2010 selesai pada 26 April, Partai Demokrat dalam bentuk bahasa komunikasi politiknya membuat pesan jargon. Pesan yang berupa Jargon kemudian di transmisikan kepada (khalayak), seperti yang di ungkapkan oleh bapak Soemarmo dalam wawancara sebagai berikut

“LANJUTKAN..... itulah filosofi kami. Karena calon yang diusung Partai Demokrat adalah *incumbent*, maka jargon yang menurut kami tepat adalah “lanjutkan”. Maksudnya adalah melanjutkan program-program yang telah berhasil pada periode sebelumnya dan kemudian mengembangkan seperti yang terangkum dalam visi dan misi melalui program 4 pilar, seperti peningkatan pelayanan publik (kesehatan, pendidikan lapangan kerja, dan sebagainya), pembangunan infrastruktur (pembangunan jalan-jalan, pembangunan fasilitas kesehatan yang memadai, pembangunan pabrik, dan lain-lain).”<sup>74</sup>

Kata “lanjutkan” merupakan suatu ide dalam penciptaan suatu jargon. Hal ini merupakan pemilihan seperangkat informasi yang kemudian dikomunikasikan kepada masyarakat. Ini merupakan landasan bagi suatu pesan yang akan disampaikan kepada khalayak. Seorang komunikator politik dapat memilih dan menciptakan pesan dengan menggunakan ide untuk mempengaruhi komunikannya.

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Bapak Soemarmo, pada tanggal 12 Mei 2010





dan baliho Bapak Salim bersama Pak SBY dengan tulisan “lanjutkan”. Baru setelah resmi masa kampanye komunikasi kami gencarkan dengan cara menggerakkan tim sukses tingkat desa dengan cara datang langsung dari rumah-kerumah dengan membagikan stiker dan selebaran yang berisi program visi-misi. *Nah...* setelah menjelang hari pemilihan tim sukses pusat menyebarkan sms ke anggota kader agar diteruskan ke masyarakat dengan maksud mengingatkan.”<sup>76</sup>

Dari pesan pesan yang dikomunikasikan tim sukses kepada masyarakat diharapkan mendapat *feed back* atau umpan balik yang mana dalam proses komunikasi memungkinkan komunikator politik (tim sukses) mempertimbangkan kembali pesan yang telah disampaikan kepada penerima. Respon atau umpan balik dari penerima terhadap pesan yang disampaikan komunikator Partai Demokrat berwujud kata-kata ataupun menyimpannya umpan balik inilah yang dapat dijadikan landasan untuk mengevaluasi efektifitas komunikasi.

Sebagai gambaran dari proses komunikasi politik yang telah disampaikan kepada penerima pesan, dapat disimpulkan dari hasil wawancara kami dengan Bapak Soenarto, yaitu:

“Dari hasil pooling yang kami lakukan melalui LSI, kami menyimpulkan bahwasanya tingkat popularitas dari Bpk H. Salim masih memungkinkan untuk mencapai perolehan suara maksimal, selain itu optimis kami meningkat saat PPP, PDIP dan partai-partai lain mendukung dan masuk dalam barisan kolaisi. Disamping itu, kami semakin yakin ketika melihat dari tingkat antusias masyarakat pendukung dalam menghadiri pengukuhan atau deklarasi pasangan calon, debat calon yang pada tanggal 17 April lalu.”<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Wawancara dengan bapak Niamullah, tanggal 28 April 2010

<sup>77</sup> Wawancara Bapak Soenarto, tanggal 12 Mei 2010

Dalam proses komunikasi politik di Rembang terdapat hambatan-hambatan komunikasi politik dalam Pemenangan Pilkada Partai Demokrat. Hambatan-hambatan komunikasi yang dimaksud ialah segala macam bentuk gangguan yang menghalangi proses komunikasi agar berjalan efektif, faktor-faktor yang menghambat komunikasi politik dalam pemenangan Pilkada dari calon Partai Demokrat di Rembang adalah faktor kepentingan dan faktor penyampaian pesan antara komunikator dengan komunikan. Hambatan tersebut berupa hambatan sosiologis, psikologis maupun antropologis (seperti karakter dan kebudayaan masyarakat, faktor ekonomi, latar belakang pendidikan). Selain itu hambatan juga terjadi antara pihak politikus, profesional dan aktifis seperti diungkapkan oleh bapak Charis Kurniawan:

“Untuk mempengaruhi masyarakat, komunikasi yang kami jalankan melalui jalur formal dan informal, seperti melalui koalisi dengan partai yang kurang memenuhi kuota dalam pengajuan calon atau partai yang tidak mempunyai figur kandidat seperti Partai Persatuan Pembangunan (PPP), selain itu kami juga melakukan pendekatan dengan tokoh-tokoh masyarakat, kalangan profesional seperti praktisi pendidikan, kesehatan dengan memberi janji-janji yang sesuai dengan harapan atau keinginan mereka dengan menawarkan posisi tertentu. Karena dengan cara seperti ini kepentingan mereka akan terakomodir. Nah... Bagi kami itu merupakan suatu hambatan ketika dalam proses negosiasi tidak terdapat kesepakatan.”<sup>78</sup>

Disamping itu proses komunikasi politik dalam pemenangan Pilkada di kabupaten Rembang Partai Demokrat juga terdapat hambatan yang sering terjadi adalah proses penyampaian pesan kepada

---

<sup>78</sup> Wawancara dengan bapak M. Charis Kurniawan, tanggal 12 Mei 2010

khalayak belum bisa dijalankan dengan maksimal, karena dari pihak komunikator sendiri masih bersifat pasif dan tidak aktif dalam penyampaian pesan. Ini bisa di lihat dari hasil wawancara dengan Slamet Kamek, yaitu:

“Tidak semua masyarakat mempunyai latar belakang yang sama seperti ekonomi, pendidikan, maupun wilayah, jadi hambatan bisa terjadi dari pihak-pihak team sukses, kader, maupun simpatisan yang kurang memahami keinginan dan kebutuhan masyarakat, sehingga pesan yang disampaikan kurang mengena dalam masyarakat.”<sup>79</sup>

Komunikator sebagai penyampai pesan seharusnya tahu banyak tentang apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan komunikan, sehingga komunikator bisa mengambil kebijakan untuk kepentingan komunikan.

## **2. Pola Komunikasi Politik Partai Demokrat dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Rembang Tahun 2010**

Dalam kaitannya dengan pilkada tersebut, Partai Demokrat telah melakukan berbagai kegiatan komunikasi dengan masyarakat baik bersifat langsung maupun tidak langsung untuk menjaring calon kandidat yang akan diusung seperti yang diungkapkan oleh bapak M. Charis Kurniawan:

“Dalam pilkada ini kami (Partai Demokrat) melakukan pendekatan secara intens kepada masyarakat dengan melakukan komunikasi langsung sampai ke tingkat desa, melalui kader-kader atau partisipan agar tetap mendukung bapak H.M. Salim sebagai representasi dari Partai Demokrat. Sebelumnya Partai Demokrat telah melakukan komunikasi dengan masyarakat dengan meminta

---

<sup>79</sup> Wawancara dengan Bapak Slamet Kamek, tanggal 14 Mei 2010

bantuan pihak ketiga (Lembaga Survei Indonesia) untuk menggali opini publik dan penjarangan calon yang akan kami usung dengan mengadakan poling. Karena dengan demikian kami akan mengetahui sebenarnya keinginan masyarakat.<sup>80</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh Pimpinan Anak Cabang bapak Islahuddin:

“Untuk menjaga soliditas, DPC (Dewan Pengurus Cabang) telah melakukan komunikasi langsung dengan Pengurus Anak Cabang yang ada ditingkat kecamatan dan desa untuk memantau perkembangan politik yang terjadi dimasyarakat. Dengan komunikasi yang bersinggungan langsung ini harapannya adalah dapat menambah loyalitas kader dan partisipan yang akhirnya dapat mempengaruhi masyarakat pemilih.”<sup>81</sup>

Selain itu pola komunikasi vertikal (dari atas ke bawah dan sebaliknya, misalnya pemimpin masyarakat kepada masyarakat yang dipimpinnya atau sebaliknya), pola komunikasi horizontal (komunikasi antara individu yang satu dengan individu yang lain atau antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lain), pola komunikasi formal (komunikasi melalui jalur-jalur organisasi formal) dan pola komunikasi informal (komunikasi melalui pertemuan atau tatap muka langsung, tidak mengikuti prosedur atau jalur-jalur formal yang berlaku dalam satu organisasi). Sebagaimana diungkapkan oleh bapak Charis dalam wawancara:

“Karena Demokrat adalah organisasi politik yang legal maka seperti yang tadi saya katakan... bahwa komunikasi politik tetap melalui jalur formal dan informal, seperti dalam melakukan negosiasi dengan partai-partai untuk mengajak koalisi, karena ini

---

<sup>80</sup> Wawancara dengan Bapak Charis Kurniawan, pada tanggal 12 Mei 2010

<sup>81</sup> Wawancara dengan Bapak Islahuddin, pada tanggal 14 Mei 2010



### 3. Unsur-Unsur Komunikasi Politik

Unsur-unsur yang ada dalam komunikasi politik tidaklah berbeda dengan unsur-unsur komunikasi pada umumnya. Dimana secara pokok terdiri dari komunikator (penyampai pesan), message (pesan), komunikan (penerima pesan). Dan Nimmo dalam mengkaji komunikasi politik melibatkan unsur-unsur komunikator politik, pesan politik, media politik, khalayak politik, serta akibat-akibat komunikasi politik.

Dalam kegiatan komunikasi politik, konsep 5W merupakan kegiatan yang dilakukan oleh komunikator dalam rangka menyampaikan pesan kepada komunikan dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi untuk mencapai efek tertentu, konsep ini kemudian dikenal dengan *who, what, whom, which, with what effect* (siapa, mengatakan apa, kepada siapa, dengan saluran apa, dan apa efek yang diharapkan). Dalam rangka komunikasi politik yang menggunakan model Laswellian ini, maka unsur-unsur utama dalam kegiatan komunikasi politik pemenangan Pilkada ini harus dipenuhi unsur-unsur tersebut antara lain:

#### a. Komunikator

Komunikator dalam proses Komunikasi politik memainkan peran sebagai pembentuk opini publik. Sebagai *opinion leader*, komunikator politik memainkan peran sosial yang utama, terutama dalam proses opini publik. Komunikator politik yang terlibat dalam komunikasi politik selama proses kampanye Pilkada di Rembang terdiri atas unsur politikus, profesional dan tokoh-tokoh masyarakat

(aktifis). Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Soenarto sebagai berikut:

“Begini *dik* ... Jujur saja, sebenarnya saya kurang menguasai tentang ilmu komunikasi politik. Tetapi yang jelas, secara praktis yang menjadi komunikator dalam komunikasi politik ini *ya...* semua anggota Partai Demokrat, ada tim sukses, tokoh-tokoh politik anggota koalisi, tokoh-tokoh masyarakat yang berhasil kami rangkul, kalangan guru dan lain sebagainya. Sebab dalam permainan politik intinya adalah menang, jadi siapa saja harus kami rangkul untuk mencapai hasil maksimal dan memperoleh suara terbanyak dan menang.”<sup>85</sup>

Tiga kelompok yang dapat berperan sebagai komunikator politik. adalah politikus, profesional dan aktivis. Sebagai komunikator politik, politikus dapat berperan sebagai wakil dari suatu kelompok, dengan sendirinya pesan-pesan politikus diarahkan untuk mencapai tujuan politik dari suatu kelompok. Suatu contoh adalah politikus dari kalangan partai koalisi dengan Partai Demokrat, mereka akan mengarahkan anggota kaader atau simpatisannya untuk mendukung calon dari Demokrat sebagai konsekuensi yang telah menggandengnya

Komunikator profesional dapat berfungsi sebagai manipulator dan makelar simbol yang menghubungkan pemimpin satu sama lain dengan para pengikut. Sebagai makelar simbol, profesional bertugas untuk menerjemahkan sikap, pengetahuan, dan minat suatu komunitas bahasa yang lain yang berbeda tetapi dapat dimengerti. Komunikator politik dari unsur profesional terdiri atas jurnalis dan promotor. Yang termasuk dalam kategori promotor diantaranya adalah makelar-

---

<sup>85</sup> Wawancara dengan Bpk Soenarto tanggal 12 Mei 2010









‘Pilkada adalah kegiatan politik praktis, perebutan kekuasaan sebagaimana pemilu legeslatif dan pilpres, jadi yang kami jual adalah visi dan misi pasangan calon.’<sup>90</sup>

Dalam kegiatan komunikasi politik di Rembang pada Pilkada pesan yang disampaikan lebih mengedepankan kekuatan program, dengan demikian khalayak tidak lagi terhasut untuk tujuan politik tertentu tetapi lebih didorong untuk memilih sekian banyak program yang ditawarkan. Dari sini derajat rasionalitas komunikasi politik akan muncul karena khalayak akan mempertimbangkan sebuah pilihan berdasarkan pertimbangan rasio.

#### c. Media

Ada tiga jenis media komunikasi yang digunakan dalam kegiatan komunikasi politik partai Demokrat. Ketiga jenis media tersebut adalah: media massa, media komunikasi inter personal dan media komunikasi organisasi. Ada dua bentuk saluran komunikasi massa, masing-masing berdasarkan tingkat langsungnya komunikasi satu kepada banyak. Dalam prakteknya komunikasi yang dilakukan Partai Demokrat dalam pemenangan Pilkada menggunakan media komunikasi massa dengan mengadakan acara-acara yang di hadiri publik seperti kampanye umum yang dikemas dalam bentuk sosialisasi program dengan menghadirkan calon secara langsung (bapak H. M. Salim). Sebagaimana di ungkapkan bapak Charis:

---

<sup>90</sup> W Wawancara dengan bapak Soenartotanggal 12 Mei 2010

“E...Selain debat yang diadakan KPUD, Bapak Salim juga melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat, selain itu para tim sukses yang telah dibentuk juga melakukan sosialisasi. Sosialisasi ini lebih efektif karena masyarakat dapat langsung berinteraksi melakukan tanya jawab”.<sup>91</sup>

Bentuk komunikasi tatap muka seperti seorang kandidat politik berbicara di depan rapat umum atau ketika seseorang berbicara di depan khalayak besar atau konferensi pers. Tim sukses merupakan perantara yang ditempatkan di antara komunikator dan khalayak. Komunikasi massa bersifat longgar tidak hanya berhenti pada media elektronik dan cetak, tetapi juga media-media komunikasi yang berbentuk rapat-rapat besar dan pertemuan-pertemuan simpatisan partai dengan calon Pilkada dengan menggunakan media-media yang sifatnya terselubung salah satunya adalah melakukan acara *door to door*. Hal ini dilakukan oleh tim sukses yang menjadi komunikator politik calon Pilkada sebagaimana diungkapkan oleh bapak Soenarto:

“Memang kegiatan komunikasi politik banyak menggunakan acara-acara yang ada di masyarakat. Di samping sebagai pendekatan tentunya kegiatan komunikasi politik ini lebih merakyat karena secara riil kita dapat menjadi bagian dari kegiatan tersebut. Bisa jadi menggunakan acara keagamaan atau yang lainnya. Bahkan acara-acara yang semestinya tidak perlu dilakukan tetapi hal itu dibutuhkan untuk mendukung komunikasi politik, maka acara tersebut juga perlu diadakan”.<sup>92</sup>

Sedangkan media komunikasi inter personal merupakan bentuk hubungan satu kepada satu. Media (saluran) ini dapat berbentuk tatap muka maupun perantara. Sedangkan media komunikasi ketiga

---

<sup>91</sup> Wawancara dengan bapak M. Charis Kurniawan, S.Ip tanggal 12 Mei 2010

<sup>92</sup> Wawancara dengan Bpk Soenarto tanggal 12 Mei 2010

adalah komunikasi organisasi yang menggabungkan penyampaian satu kepada satu dan satu kepada banyak. Bentuk dari komunikasi perantara ini adalah penyebaran pamflet dan tidak jarang yang sering terjadi di Indonesia adalah penyampaian pesan komunikasi politik melalui pembagian atribut seperti kaos-kaos maupun sembako kepada khalayak. Meskipun tidak di sebutkan secara implisit bapak Ni'amullah menambahkan:

“Untuk sosialisasi calon kami hanya memakai media pamflet, stiker, spanduk, baliho. Jika harus memasang iklan ditelevisi *kan mahal... paling-paling cuma memasang iklan di radio R2B dan iklan di koran Duta Masyarakat (media lokal)*”.<sup>93</sup>

#### d. Khalayak

Secara umum masyarakat merupakan bagian dari komunikasi dalam komunikasi politik di Rembang. Anggota partai dan simpatisan Partai Demokrat yang secara nominal merupakan masa yang cukup besar di Rembang dapat dijadikan sebagai sasaran komunikasi politik yang sangat potensial. Keberadaan simpatisan dan anggota Partai Demokrat sangat menjanjikan sebagai pendulang suara bagi calon pemimpin politik dan partai politik. Seperti diungkapkan oleh bapak Soemarmo:

“Yang menjadi sasaran adalah seluruh anggota masyarakat Rembang, terutama simpatisan dan anggota Partai Demokrat sendiri. Kami melihat mereka sangat potensial dalam mendongkrak suara ini dapat dilihat dari perolehan suara pada pemilu legeslatif 2009 lalu yang mencapai suara mayoritas.”<sup>94</sup>

---

<sup>93</sup> Wawancara dengan bapak Ni'amullah, tanggal 28 April 2010

<sup>94</sup> Wawancara dengan bapak Soemarmo pada tanggal 12 Mei 2010

Bapak Ni'amullah menambahkan dalam pendapatnya menyatakan Sebagai berikut:

“*Nah....* Karena kebetulan momen pemilihan ini beruntun mulai dari pemilihan gubernur tahun 2008, pemilihan legeslatif dan pemilihan presiden 2009 kemarin kami selalu memperoleh suara mayoritas, maka sebagai partai peraih suara terbanyak akan sangat disayangkan jika massa ini di biarkan mencair dalam pemilihan bupati ini. Oleh sebab itu, komunikasi kepada masyarakat ini kami lakukan secara intens dan hasilnya sampean lihat sendiri”.<sup>95</sup>

komunikan politik, warga Demokrat memiliki karakteristik dan perhatian yang berbeda terhadap opini dan isu yang berkembang selama komunikasi politik. Secara umum komunikan Partai Demokrat menempati posisi sebagai publik umum yang mempunyai kecenderungan tidak memperhatikan komunikasi politik yang berkembang.

e. Efek

Efek adalah dampak sebagai pengaruh dari pesan.<sup>96</sup> Dalam komunikasi pemilihan umum dan pilkada, efek yang diharapkan dari kegiatan komunikasi politik adalah pemberian suara kepada partai atau calon yang diusungnya.

Dari hasil perolehan suara pada Pemilihan Kepala Daerah di Rembang tanggal 26 April lalu, bisa dikatakan bahwa komunikasi yang disampaikan kepada masyarakat relatif efektif. Sebagai bukti

---

<sup>95</sup> Wawancara dengan bapak Ni'amullah pada tanggal 28 April 2010

<sup>96</sup> Onong Uchyana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, hal. 6

adalah calon yang diusung Partai Demokrat memperoleh suara sekitar 65% sebagaimana terlampir.

#### 4. Pendekatan Komunikasi Politik Partai Demokrat

Pendekatan komunikasi politik yang dikembangkan Partai Demokrat dalam kemenangan pemilihan kepala daerah di Rembang adalah melalui pendekatan identitas sosial melalui jalur struktural dan kultural. Seperti diungkapkan oleh bapak Charis Kurniawan:

“Berbicara politik adalah berbicara tentang kepentingan. Dalam realitasnya, masyarakat di Rembang mempunyai latar belakang yang berbeda-beda, mulai dari pekerjaan, pendidikan, ekonomi, agama, dan lain-lain. Agar meraih dukungan masyarakat, kami melakukan pendekatan struktural dan kultural.....”<sup>97</sup>

Sebagaimana Robuska dan Sphelpse mengidentifikasi bahwa masyarakat majemuk memiliki keragaman budaya, komunitas kultural yang terorganisasikan secara politik. Karena itu, pilihan yang mereka lakukan biasanya dilakukan atas pendidikan, agama, pekerjaan, jenis kelamin, atau kelas sosial. Lebih lanjut bapak Charis menambahkan:

“.....Tidak semua kepentingan pemilih tercover oleh Partai Demokrat, maka untuk mengatasi hal itu, Partai Demokrat harus mampu menyiasatinya. *Kan* mau tidak mau Partai Demokrat harus menyesuaikan dengan latar belakang mereka. Semisal dari kalangan petani, kami masuk melalui jalur struktural kelompok tani. Dan lain sebagainya”.<sup>98</sup>

Identitas sosial didefinisikan sebagai suatu pengetahuan yang dimiliki oleh seorang bahwa ia tergabung dalam suatu kelompok sosial tertentu yang dibarengi dengan adanya perasaan-perasaan emosional

---

<sup>97</sup> Wawancara dengan bapak Charis kurniawan tanggal 12 Mei 2010

<sup>98</sup> *Ibid*







kepada masyarakat sesuai dengan kebijakan yang diatur oleh Undang-Undang Pilkada.

Keberadaan Partai Demokrat bukan hanya sebagai organisasi politik yang menghimpun suara dalam setiap momen pemilu namun juga sebagai organisasi yang mempunyai kepedulian terhadap konstituen, ini bisa dilihat dari proses komunikasi yang dilakukan secara intens dengan menggali opini masyarakat. Disamping itu Partai Demokrat memberi pendidikan politik kepada masyarakat dan menganjurkan kepada masyarakat untuk lebih dewasa dalam menyikapi isu-isu politik yang berkembang, mengikuti apa yang terjadi, memupuk kebebasan berbicara dan memperoleh kepandaian khusus sehingga mendapatkan kemajuan dalam keadaan sosial politiknya. Selain itu Partai Demokrat dapat menjadi suatu tempat pendidikan politik yang terbuka untuk siapa saja, berguna untuk menambah ilmu pengetahuan dengan latar belakang masing-masing anggota masyarakat. Berangkat dari hasil pengamatan peneliti menemukan bahwa Partai Demokrat tidak hanya sebagai Partai politik namun bisa juga dijadikan obyek penelitian mengenai kinerja dan eksistensinya sebagai lembaga di lingkungan organisasi politik di Rembang.

Dalam kemenangan pemilihan kepala daerah di Rembang tahun 2010, komunikasi politik Partai Demokrat dijabarkan sebagai berikut:

1. Proses komunikasi politik Partai Demokrat dalam kemenangan pemilihan kepala daerah

Proses komunikasi politik Partai Demokrat dalam kemenangan pemilihan kepala daerah yaitu dengan membuat pesan dalam visi dan misi

pasangan calon yang dikampanyekan secara *face to face*. Selain itu dalam melakukan komunikasi, Partai Demokrat selalu memperhatikan media apa yang akan digunakan, media komunikasi yang digunakan meliputi pertemuan-pertemuan maupun rapat-rapat umum, media cetak maupun media elektronik. Yang mana bentuk komunikasi massa ini sangat efektif dalam setiap penyampaian pesan kepada khalayak (sasaran) dan hal ini merupakan suatu tindakan yang cukup baik dalam upaya melakukan kampanye pada khalayak luas.

Dengan menggunakan bentuk bahasa yang mudah dipahami dan isi pesan yang persuasive, maka akan mudah diterima oleh masyarakat. Kampanye program, visi dan misi pasangan calon melalui berbagai media massa dalam penyampaian pesan ke seluruh masyarakat Rembang ini dilakukan untuk memaksimalkan komunikasi dalam rangka sosialisasi dalam suksesi Pilkada tahun 2010.

## 2. Pola komunikasi politik Partai Demokrat dalam kemenangan pemilihan kepala daerah.

Pola komunikasi yang digunakan Partai Demokrat dalam kemenangan pemilihan kepala daerah merupakan strategi komunikasi untuk menarik minat masyarakat dalam berpartisipasi dan memberikan suaranya dalam pemilihan kepala daerah. Komunikasi yang digunakan adalah secara *face to face*. Komunikasi ini dapat memberikan kesempatan pada masyarakat menyampaikan maksud dan keinginannya dalam bentuk opini dalam memajukan daerahnya. Komunikasi langsung juga digelar secara

umum yang dikemas dalam bentuk acara-acara pertemuan umum yang mana bentuk komunikasi ini sering disebut sebagai komunikasi linear. Dalam pertemuan yang digelar oleh Partai Demokrat dihadiri langsung oleh pasangan calon yang diusung. Hal ini menumbuhkan sikap positif pada peserta calon Pilkada dari Partai Demokrat.

Komunikasi bentuk brosur, buletin, pamflet dan spanduk juga menjadi bentuk kampanye dengan media tertulis yang dipilih oleh Partai Demokrat dalam proses komunikasi dengan khalayak/masyarakat kabupaten Rembang. Selain itu kampanye program, visi dan misi pasangan calon juga digencarkan melalui media elektronik yang bisa menjangkau lebih luas lagi sasarannya dengan iklan di radio R2B. Partai Demokrat sebagai mesin politik mempunyai peran penting dalam suksesi Pilkada dan memberikan pendidikan politik kepada masyarakat.

#### **D. Konfirmasi Temuan Dengan Teori**

Pola komunikasi politik Partai Demokrat dalam kemenangan Pilkada sudah direncanakan dalam mengatasi suatu permasalahan untuk mencapai suatu keberhasilan. Sebagai lembaga yang bergerak di bidang politik, pola komunikasi politik dipengaruhi proses komunikasi yang ada di dalamnya. Hal inilah yang menjadi bahasan pada Partai Demokrat yang hendak mewujudkan tujuan dalam kemenangan Pilkada, Partai Demokrat dituntut untuk dapat mengkondisikan anggotanya dan masyarakat pemilih. Di bawah ini akan





- In wich channel
- To whom
- With what effect<sup>100</sup>

Pola komunikasi politik yang diadaptasi dari model komunikasi yang dikemukakan oleh Horald Laswell merupakan model komunikasi yang dapat ditemukan dalam praktek komunikasi politik di Rembang. Pada awalnya komunikasi politik ini dikembangkan atas konsep “siapa berbicara kepada siapa” tetapi dalam perkembangannya pola komunikasi politik ini tidak lagi memadai untuk menciptakan komunikasi politik yang seimbang dalam hal peran dan fungsi komunikator dan komunikan.

Karena itu, Dan Dimmo yang melakukan penelitian komunikasi politik menyempurnakan model komunikasi yang telah dibangun oleh Horald Laswell. Konsep komunikasi politik yang ditawarkan juga telah memperhatikan 5W, tetapi Dan Nimmo tidak menjelaskan komunikasi politik sebagai “siapa berbicara kepada siapa” tetapi merubah konsep tersebut menjadi “siapa berbicara dengan siapa”.

Komunikasi politik yang dibangun atas konsep “siapa berbicara dengan siapa” berusaha mengatasi kesenjangan hubungan antara sumber dan penerima pesan yang terdikotomi menjadi komunikator dan komunikan. Pola komunikasi politik ini menjadikan penerima (komunikan) sebagai partisipan yang aktif dalam komunikasi *dengan* sumber. Dengan sendirinya dikotomi

---

<sup>100</sup> John Fiske, *Cultural And Communication Studies Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, terj. Yosol Iriantara, Idy Subandi Ibrahim, (Yogyakarta: Jalasutra, 2004) hal 46



komunikator dan komunikan tidak lagi berlaku.<sup>101</sup> Karena komunikator dan komunikan dapat memainkan peran secara bergantian.

Hubungan antara para komunikator dengan komunikan mencerminkan pola dan proses komunikasi formal dan informal. Kebanyakan riset mengenai komunikasi dalam kelompok kecil, menekankan hubungan informal yang tampaknya berkembang secara spontan. Akan tetapi, jenis-jenis tertentu pola komunikasi dapat ditetapkan secara formal jika seseorang ketua diangkat menjadi panitia ad hoc atau jika pengaturan fisik suatu ruang rapat mencerminkan hubungan-hubungan resmi.

Tujuan komunikasi meliputi penyampaian informasi membujuk orang lain mengikuti pandangan komunikator, dan mengembangkan saling pengertian. Untuk efektivitas jangka panjang bagi kelompok, saling pengertian adalah paling penting. Ini membutuhkan proses dua arah. Melalui pembicaraan dua-arah, orang-orang biasanya dapat mengalami cukup interaksi untuk menjamin saling pengertian yang memadai.

Komunikasi dua-arah dan pengecekan maksud ini biasanya merupakan proses yang lebih banyak makan waktu, dibandingkan dengan komunikasi satu-arah. Akan tetapi, riset menunjukkan meningkatkan keseksamaan pesan yang disampaikan disamping kepercayaan dari si penerima dengan memakai proses dua-arah ini. Penekanan pada proses komunikasi satu arah untuk menghemat waktu mungkin adalah picik, karena ilusi komunikasi dapat menimbulkan konsekuensi organisasi yang mengganggu (*Dysfunctional*).

---

<sup>101</sup> Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan dan Media*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992, hal. 19



2. Pola komunikasi politik yang terjadi di Partai Demokrat dalam kemenangan Pilkada di kabupaten Rembang menggambarkan bahwa pola komunikasi tersebut adalah komunikasi linear, sekunder, dan sirkular. Dalam pola komunikasi linear proses komunikasinya berjalan searah. Pola komunikasi sekunder diartikan sebagai proses penyampaian pesan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media utama. Komunikasi ini lazim digunakan apabila khalayak yang menjadi sasaran komunikasi jauh jaraknya dan mempunyai jumlah yang banyak, mengenai cara menyampaikan pesan kepada komunikan. Sedangkan dalam komunikasi sirkular pola komunikasi didasarkan pada perspektif interaktif yang menekankan bahwa komunikator/sumber memberi respon secara timbal balik kepada komunikator lainnya.

Dalam pola komunikasi sirkular mekanisme umpan balik dalam komunikasi dilakukan antara komunikator dan komunikan saling mempengaruhi antara keduanya yaitu sumber dan penerima. Pola komunikasi ini menekankan peranan komunikator dan penerima sebagai pelaku utama komunikasi.

Tujuan komunikasi politik meliputi penyampaian informasi yang membujuk orang lain agar mengikuti pandangan komunikan, dan mengembangkan saling pengertian.



## DAFTAR PUSTAKA

- 'Alauddin, Hijri., *"Pola Komunikasi Politik Warga Nahdliyyin Studi Dinamika Komunikasi Politik Warga Nahdliyyin Pada Pemilihan Umum 2004 di Desa Ngelom Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo"* (Skripsi, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2001)
- Ali, Novel., *Peradaban Komunikasi Indonesia Potret Manusia Indonesia*, Bandung, Remaja Rosdakarya, 1999
- Arifin, Anwar., *Komunikasi Politik Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2003
- Arikunto, Suharsimi., *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta. 2000
- Bindder, Leonard., *Islam Liberal Kritik Terhadap Ideologi-Ideologi Pembangunan*, terj. Imam Muttaqin, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007
- Bugin, Burhan., *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007
- Cangara, Hafidz., *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998
- Effendi, Onong Uchyana., *Dinamika Komunikasi* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000
- \_\_\_\_\_, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2000
- Faisal, Akbar., *Partai Demokrat & SBY Mencari Jawaban Sebuah Masa Depan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Fiske, John., *Cultural And Communication Studies Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, terj. Yosol Iriantara, Idy Subandi Ibrahim, Yogyakarta: Jalasutra, 2004
- Hasilden, Kyle., *Morality And The Mass Media* dalam Richard L. Johannesen, *Etika Komunikasi* Bandung: Remaja Rosdakarya, 11996
- Herry, Achmad., *Pilkada Langsung 9 Kunci Sukses Tim Sukses* Jakarta: Galang Press, 2005



Partanto, Paus A. dan M. Dahlan., *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arkola, 1994  
Rakhmat, Jalaluddin., *Komunikasi Politik Hubungan Antara Khalayak dan Efek, sebuah pengantar dalam Dan Nimmo, Komunikasi Khalayak dan Efek*, terj. Jalauddin Rakhmat, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001

\_\_\_\_\_, *Psikologi Komunikai*, Bandung: Remaja Rosdakarya

Rauf, Maswardi., *Komunikasi Politik: masalah sebuah bidang kajian dalam ilmu politik dalam indonesia dan komunikasi politik*, ed. Maswadi Rauf, Mappa Nasrun, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993

Rush, Michael & Phillip Althoff. *Pengantar Sosiologi Politik*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1997

Sugiantoro, Rony., “*Media dan Pemahaman Komunikasi Etis-Profesional*” dalam *Politik Demokrasi dan Manajemen Komunikasi*, ed. Harsono Suwardi, dkk. Yogyakarta: Galang Press, 2002

Tubbs, Stewart L. – Sylvia Moss., *Human Communication Konteks-Konteks Komunikasi* terjemahan Dr. Deddy Mulyana dan Gembirasari, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2005

[http://situsresmiupartaidemokrat.co.id/sejarah\\_partai\\_demokrat/](http://situsresmiupartaidemokrat.co.id/sejarah_partai_demokrat/) diakses tanggal 12/06/2010

Wawancara dengan Sunatro mengenai komunikator politik dalam kemenangan Pilkada di Rembang.

Partai Demokrat cabang Rembang Januari 2010





