

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Komunikasi Politik

Manusia merupakan makhluk sosial. Layak makhluk sosial manusia tentu saling berinteraksi satu sama lain. Timbal balik dalam interaksi tersebut merupakan sarat dari komunikasi- baik berupa nasihat, ajakan atau seruan- dalam memainkan peran sebagai makhluk sosial. Seruan dalam berinteraksi bisa berupa pesan politisi, mengandung nilai-nilai yang berhubungan dengan politik. Oleh karena itu lahirlah kajian komunikasi politik sebagai media untuk mengatahui teori, pemersatu antara komunikasi dan politik hingga menjadi kajian Komunikasi Politik.

Kalimat “Komunikasi Politik” terdiri dari dua kata “Komunikasi” Dan “Politik”. Sebelum membahas tentang pengertian komunikasi politik, terlebih dahulu penulis akan menjabar pengertian komunikasi dan politik.

a. Komunikasi

Secara etimologi kata komunikasi berasal dari bahasa latin *Communico* artinya membagi, dan *Communis* artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Secara terminologi proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Sedangkan secara paradigatis adalah pola

yang meliputi sejumlah komponen berkorelasi satu sama lain secara fungsional untuk mencapai suatu tujuan tertentu¹¹.

Definisi komunikasi secara utuh dapat dilihat dari pandangan para pakar komunikasi. Menurut Harold D. Laswell dengan menanyakan “siapa mengatakan apa, melalui apa, kepada siapa, dan apa akibatnya”. Menurut Evvert M. Rogers dan D. Lawrence Kincaid, komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau kelakuan pertukaran informasi antara satu dengan yang lainnya, pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam¹². Trenholm dan Arthur Jensen mengatakan “*A process by which a source transmits a message to a receiver through same channel* (suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran). Hoveland mendefinisikan komunikasi “*the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify, the behavior of other individuals* (proses dimana individu mentransmisikan stimulus untuk mengubah Respon individu yang lain”. Raymond S. Ross mengatakan “komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membentuk pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya dengan serupa yang dimaksudkan oleh sang komunikator”.¹³

¹¹ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi* (Yogyakarta: MedPress, 2009)hal. 7

¹² Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2007) Hal. 20

¹³ Wiryanto *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Grasindo, 2006) hal. 9

b. Politik

Politik dewasa ini menjadi suatu hal yang tidak asing dalam benak masyarakat. Pada dasarnya politik telah mengakar dengan hidup manusia, karena adanya kepentingan hidup sesame individu, kelompok dan masyarakat secara luas pasti terdapat unsure politik didalamnya. Pemberitaan politik melalui media sangat gencar, seperti halnya pemilihan DPR, DPRD hingga presiden diekspos besar-besara oleh media. Sebagai negara yang menganut system demokrasi, dimana setiap orang mempunyai hak untuk berbicara dan mengemukakan pendapat, maka secara tidak langsung dampak yang diberikan masyarakat bisa membicarakan apa saja yang berhubungan dengan perpolitikan, tentu dengan catatan-catatan tertentu yang telah diatur dalam undang-undang.

Politik secara etimologi adalah *poteia* dengan akar kata *polis* dalam bahasa Yunani yang berarti kesatuan masyarakat yang berdiri sendiri, yaitu negara, dan *teia* yang berarti urusan.¹⁴ Menurut Nimmo politik adalah kegiatan yang secara kolektif mengatur perbuatan mereka didalam kondisi konflik sosial¹⁵. Max Webber mendefinisikan politik sebagai usaha untuk menggunakan akal dan kekuatan sosial untuk memengaruhi jalannya pemerintahan¹⁶. Demikian politik juga segala aktivitas atau sikap yang berhubungan dengan kekuasaan dan bermaksud untuk memengaruhi dengan jalan mengubah atau memertahankan, suatu bentuk tatanan masyarakat.

¹⁴ S. Sumarsono... et. al, *Pendidikan Kewarganegaraan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001, cetakan ketujuh) hal. 137

¹⁵ Fathurin Zen, *NU Politik* (Yogyakarta: elkis, 2004) hal. 66

¹⁶ Masyur Semma, *Negara Dan Korupsi: Pemikiran Mochtar Lubis atas Negara Manusia dan Indonesia* (Jarkarta: Penerbit Yayasan Obor, 2008) hal. 91

Menurut Peter Merkl politik adalah usaha untuk mencapai tatanan suatu tatanan sosial yang baik dan berkeadilan. Secara umum politik adalah usaha untuk menentukan peraturan-peraturan yang dapat diterima baik oleh sebagian warga, untuk membawa masyarakat kearah kehidupan bersama yang harmonis¹⁷.

Dimensi politik dapat dilihat setidaknya dapat dilihat dari tiga aspek menurut Dafied Changara¹⁸:

1. Politik sebagai studi kelembagaan

Studi kelembagaan yang dijadikan objek dalam hal ini adalah negara. Karena negara dibentuk untuk mengatur hajat masyarakatnya. Dalam hal ini negara mempunyai peranan penting, mengatur perekonomian, perjanjian, pertanian, dll dalam menentukan kebijakan; kebijakan antara warga dengan pemerintah begitupun sebaliknya.

2. Politik sebagai kekuasaan

Pada dasarnya hakikat politik adalah kekuasaan. Kekuasaan disini bisa bersifat memaksa agar masyarakat tunduk dan taat pada peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, dan hal itu tidak mungkin dilakukan tanpa adanya kekuasaan.

Namun dalam kata lain, politik sebagai kekuasaan tidak berhenti disitu, kekuasaan harus diartikan sebagai bentuk kerjasama antara masyarakat dan pemerintah dan sebaliknya.

¹⁷ Miriam B. Dkk, *Dasar-dasar Ilmu Politik* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008) hal. 15

¹⁸ Hafied Changara, *ibid.* hal. 25-27

3. Politik sebagai studi kebijakan

Kebijakan jika ditarik asal katanya bersumber dari kata bijak dalam artian tidak memutuskan suatu hal secara sepihak, harus sesuai dengan mayoritas. Keputusan, dalam tataran negara demokratis biasanya mengunggulkan suara terbanyak. Hal lain, kebijakan harus memiliki sumber daya yang memiliki nilai. Nilai yang diangkat adalah nilai yang berorientasi pada kepentingan bersama dan kemaslahatan bersama.

c. **Komunikasi Politik**

Komunikasi politik menurut McMair *Purposefull comunion about politic's* (Segala tujuan komunikasi tentang politik), hal ini meliputi *all forms about communication undertaken by politian and other political acotrs for the purpose of achieving specific objectif* (semua bentuk tentang komunikasi yang dilakukan oleh politian dan lainnya politik aktor untuk tujuan mencapai Objectif tertentu). Selain itu komunikasi politik juga didefinisikan sebagai *communication about them (politican or non politician) and their activities as news report, editorials, and other forms of media discussion of politic's* (Komunikasi tentang mereka (politisi politikus atau non potikus) dan kegiatan mereka sebagai pembuat laporan berita, editorial, dan bentuk lain dari diskusi media politik)¹⁹.

¹⁹ Rully Choirul Azwar, *Politik Komunikasi Partai Golkar di Tiga Era* (Jakarta: Grasindo, 2009) hal. 26

Lebih jelasnya tentang pengertian komunikasi politik dapat dilihat dari pendapat para ahli sebagai berikut:

1. Menurut Blake dan Haroldsen, komunikasi politik adalah komunikasi yang memiliki pengaruh aktual dan potensial mengenai fungsi dan pernyataan politik atau entitas politik lainnya²⁰
2. Ricard R. Fagen. Komunikasi politik adalah kegiatan yang akan menimbulkan konsekuensi- konsekuensi politik, baik aktual dan potensial dalam sistem politik²¹.
3. Harold D. Lasswell mengemukakan komunikasi politik adalah *Who says what, in wich channel, to whom, with wath effeck*²²

Pengertian komunikasi politik diatas mengantar pada paradigma yang lebih luas tentang komunikasi politik sebagai kajian ilmu pengetahuan. Demikian, dalam komunikasi politik terdapat unsur-unsur yang harus diperhatikan. Secara umum unsur-unsur komunikasi politik meniktibertkan para unsur-unsur komunikasi, yaitu:

1. Komunikator.

Komunikator adalah orang yang melakukan komunikasi. Dalam hal ini dikhususkan pada komunikator politik yaitu para calon pejabat atau bahkan pejabat sekali pun yang memunyai kepentingan dalam perpolitikan. pendapat Aristoteles yang mengulas aspek Etos,

²⁰ Fathurin Zen, 2004. *NU Politik. Yogyakarta: ELKIS*. hal. 86

²¹ Hasrullah, *Dendam Konflik Poso* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009) hal 36

²² Hasrullah, *Megawati Dalam Tangkapan pers* (Yogyakarta: Lkis, 2011) hal 26

Patos, dan Logos. Seorang komunikator politik, identik dengan seorang orator yang pintar melakukan retorika politik. Retorika merupakan seni berbicara dan teknik mempengaruhi. Retorika, bisa berjalan dengan baik jika komunikator memahami latar belakang dari komunikannya. Ketiga aspek tersebut, harus dipergunakan oleh parakomunikator dalam memberikan persuasi yang tepat kepada komunikannya, sesuai dengan kebutuhan dan latar belakang dari anggota komunikan yang tidak heterogen dan biasanya cenderung massa. Dalam mengukur kapasitas dan kemampuan dari komunikator ketika menyampaikan retorika atau persuasi kepada komunikan atau khalayak harus memperhatikan invention atau penemuan, arrangement, atau pengaturan, style atau gaya, memory atau mengingat, dan delivery atau menyampaikan²³.

Komunikator politik harus mempunyai kredibilitas yang tinggi, karena kredibilitas merupakan unsur terpenting guna memperoleh kepercayaan masyarakat. Kredibilitas disini menyangkut keterpercayaan, keahlian dan daya tarik dari seorang komunikator. Faktor pendukung lainnya adalah keterbukaan, ketenangan, dan kemampuan bersosialisasi serta karisma. Semua aspek diatas sangat berpengaruh untuk memikat orang-orang guna meraih simpati masyarakat dalam penyampaian pesan/ tujuan pesan dari komunikasi.

²³ Bambang D. Prasetyo & A. Muwafik saleh. Jurnal Akademi marketing politik *Model Bangun Marketing Politik Kontestan Pilkada Dalam Meningkatkan Citranya Diranah Publik* hal. 6

Ada tiga kategori komunikator dalam politik: 1) aktivis sebagai komunikator politik. Yaitu menyuarakan kepentingan kelompok dengan idealisme tertentu. 2) profesional sebagai komunikator politik. Yaitu mereka yang bekerja dan dibayar untuk kepentingan politik tertentu dari partai, atau kandidat. 3) Pejabat sebagai komunikator politik. Mereka yang bercita-cita menduduki atau memperjuangkan posisi tertentu dalam sesuatu jaringan kekuasaan.²⁴

2. Komunikan.

Komunikan atau *reciever* adalah penerima informasi – perseorangan atau kelompok- yang dijadikan objek oleh komunikator. Komunikan akan memberikan umpan balik pada komunikator. Komunikan juga diartikan sebagai pihak yang pasif dan menerima begitu saja apa yang disampaikan oleh komunikator. Yang harus diperhatikan dalam hal ini adalah Kualitas pesan, maksudnya pesan yang disampaikan harus diukur dengan mengkaji terlebih dahulu komunikan agar pesan bisa diterima oleh komunikan²⁵.

3. Pesan.

Pesan merupakan gagasan atau ide yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk tujuan tertentu²⁶. Pesan yang disampaikan bisa berupa nasihat, perintah, permintaan yang

²⁴ Dewa Ayu Hendrawathy Putri, “Difusi Inovasi Pemasaran Politik Indonesia” *Jurnal Communication* vol 4. No. 2 (Oktober 2013) hal. 70

²⁵ Eriyanto, *Analisis Framing* (Yogyakarta: PT. Lkis Pelangi Aksara, Cetakan v, September 2008) hal. 38

²⁶ Endang S. Sari, *Audience Rearch* (Yogyakarta: Andi Offset, 1993) hal 25

disampaikan secara verbal atau pun non verbal, terselubung atau bahkan terang-terangan, disadari atau pun tidak dan tentunya mengandung unsur politik. Sebagaimana dijelaskan dibagian komunikator politik, komunikator harus memerhatikan kondisi psikologis dan sosiologis masyarakat yang akan dijadikan sebagai komunikan. Berhubungan dengan itu, relevansi pesan dengan keadaan komunikasi harus memerhatikan strategi penyampaian pesan; baik dengan membuka forum interaksi, diskusi, terbuka atau terselubung dengan menggunakan simbol-simbol tertentu²⁷.

Pesan dibagi dua bagian;

- Pesan verbal adalah pesan yang disampaikan dalam bentuk kata-kata/ ucapan, berisi informasi baik berupa ucapan atau tulisan
- Pesan non verbal adalah pesan yang berupa atau disampai dalam rupa atau tubuh (tidak diucapkan); *facial expression* (ekspresi wajah), dll.

4. Media.

Media merupakan alat atau sarana komunikasi dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Tipe media komunikasi politik yang bisa diakses adalah:

- a. Komunikasi massa. Komunikasi ini menggunakan media yang diakses oleh masyarakat secara umum seperti koran, televisi, radio.

²⁷ Penerjemah Debby . A Lubbis, & A. Zaim Arofiqi *Agama Dalam Politik Amerika* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006) hal. 197

- b. Komunikasi interpersonal. Berhubungan secara langsung dengan tatap muka (dialog, rapat umum, dll)
- c. Komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi bisa dilakukan melalui konvensi, sidang, dll. karena komunikasi organisasi adalah hubungan antar dalam organisasi baik secara vertikal (atasan kebawahan) maupun horizontal (staf dengan staf).

5. Efek.

Efek atau pengaruh adalah perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. Bisa dilihat dari perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh komunikansi sebelum dan sesudah menerima pesan.

6. Dan sumber komunikasi.

Sumber komunikasi atau sumber informasi bisa berasal dari seseorang atau instansi yang mempunyai data dan bahan informasi (pemberitaan, wacana, atau gagasan) untuk disebarkan kepada masyarakat luas.²⁸

²⁸ S. Sumarsono, *ibid.* hal. 19

B. Fungsi Komunikasi Politik

Komunikasi politik berfungsi adalah menyajikan pesan politik dari masyarakat kepada penguasa partai politik, pemerintah dan dari pemerintah serta penguasa partai politik kepada masyarakat.

McNair menjelaskan tentang fungsi dasar dari komunikasi politik²⁹:

1. Memeberikan informasi kepada masyarakat apa yang terjadi disekitarnya. Fungsi dari komunikasi politik disini sebagai pengamat dan melakukan pengawasan terhadap apa yang terjadi dimasyarakat.
2. Mendidik masyarakat terhadap arti dan signifikansi. Peran jurnalis dalam membuat laporan atau berita politik sangat penting. Liputan yang mendidik tentu tidak saling menjatuhkan, atau mencaci maki. Adapun liputan harus bersifat objektif, sesuai dengan fakta tanpa penambahan bumbu profokasi.
3. Menyediakan diri sebagai platform untuk menampung masalah-masalah politik sehingga menjadi wacana dalam membentuk pendapat publik dan mengembalikan opini tersebut kepada masyarakat.
4. Membuat laporan/ berita yang ditujukan kepada pemerintah atau institusi politik. Media dalam hal ini berfungsi sebagai penjaga dalam membantu terciptanya pemerintahan yang baik, transparan dan akuntabel.
5. Dalam masyarakat yang demokratis, media politik berfungsi sebagai saluran pembela yang bisa membantu agar kebijakan dan program-program institusi dapat disalurkan kepada media massa.

²⁹ Belli Nasution "*Komunikasi Politik*" Disajikan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi, 2012

Fungsi komunikasi politik sekurang-kurang ada dua³⁰:

1. Penggabungan kepentingan (interest aggregation).

Penggabungan kepentingan ini adalah proses menampung kepentingan masyarakat kepada penguasa politik baik berupa tuntutan, dukungan dan kemudian hal itu diubah menjadi kebijakan yang ditentukan oleh penguasa

2. Perumusan kepentingan (interest articulation)

Bagian ini adalah perumusan dari penampungan kepentingan masyarakat. Dikeluarkan oleh penguasa kepada masyarakat dari hasil *interest aggregation* baik berupa kebijakan atau pun keputusan.

Gabriel Almond mengungkapkan “ *All the function'a performed in the political system-political sozialitation and recruitment, interest articulation, interest aggregation, rule making, relu aplication, and rule adjudication are performed by means of communication*”

Setelah diatas dijelaskan sekurang-kurangnya fungsi komunikasi politik, Gabriel Almond menyantumkan 7 fungsi komunikasi politik. 5 dari tujuh itu adalah:

³⁰ Ammatullah Saffiyah & Haryati soepriono *Kiprah politik islam: konsep dan implementasinya* (http://books.google.com/books?id=hEUK1MCLyE0C&pg=PA64&dq=fungsi+komunikasi+politik&hl=en&sa=X&ei=p8UtU_-ZAoifkAXy-IGYCw&ved=0CCoQ6wEwAA) (Akses 29 Februari 2014)

1. *Sozialitation Politic* (Sosialisasi Politik)

Sosialisasi politik merupakan proses yang harus dilalui oleh seseorang, partai atau lembaga pemerintahan guna mendapatkan sikap dan orientasi terhadap fenomena yang ada dalam masyarakat yang dijadikan sebagai objek.

2. *Recruitment Politic* (Politik rekrutmen)

Suatu proses seleksi anggota-anggota kelompok untuk mewakili kelompoknya dalam jabatan-jabatan administratif maupun politik. Hal ini menyesuaikan dengan kebutuhan dari pemerintahan, lembaga atau parti politik yang bersangkutan.

3. *Rule Making* (Pembuat aturan)

fungsi yang dilaksanakan oleh lembaga legislatif yang dapat bekerjasama dengan lembaga eksekutif.

4. *Rule Application* (penerapan aturan)

Fungsi ini dijalankan oleh lembaga eksekutif beserta jajarannya. Hal ini tidak berhenti pada pedoman berRespon tetapi juga pembuatan rincian dan membuat pelaksanaan pedoman peraturan

5. *Rule Adjudication*

Fungsi untuk menyelesaikan pertikaian yang menyangkut persoalan dan pelanggaran peraturan serta penegasan yang perlu mendapatkan keadilan.

Dari penjelasan-penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fungsi komunikasi politik tidak berdiri sendiri, namun berdampingan dengan elemen-elemen yang bersangkutan dengan sebuah instansi.

C. Pola Komunikasi Politik

Komunikasi politik sebagai akses untuk membuat isu, kebijakan dan menjalankan sistem perpolitikan harus dijalankan secara terpola. Pola yang dibangun dalam mensosialisasikan politik akan menjadi rumusan dalam menentukan strategi dan target dalam mensosialisasikan kepentingan politik.

Ada beberapa pola dalam kegiatan komunikasi politik, diantaranya :

1. Pola komunikasi vertikal (top down, dari pemimpin kepada yang dipimpin)

Mengatur mekanisme hubungan antara pemerintah dengan segenap lembaga dan organisasinya yang secara struktur fungsional saling berkaitan³¹

2. Pola komunikasi horizontal (antara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok)

mengatur dan mengharmoniskan kehidupan bermasyarakat dengan menciptakan pengertian timbal balik antara satu kelompok dengan kelompok lainnya³².

3. Pola komunikasi formal (komunikasi melalui jalur-jalur organisasi formal)

³¹ Yanto Supriyanto, "Peran Komunikasi Pemerintah Daerah dalam Mencegah Disintegrasi Bangsa" *Jurnal Kybernan*, Vol 2, no 2, (September 2011) hal. 5

³² Ibid

Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi³³

4. Pola komunikasi informal (komunikasi melalui pertemuan atau tatap muka, tidak mengikuti prosedur atau jalur-jalur organisasi).

komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual³⁴.

Faktor-faktor yang memengaruhi pola komunikasi politik³⁵:

1. Faktor fisik (alam).

Alam yang dimaksud disini adalah tempat komunikasi berlangsung. Alam menjadi penunjang kenyamanan dalam berkomunikasi; apakah tempat itu memunyai situasi yang ramai atau jauh dari keramaian, kelurahan atau kota, dll. Alam akan berpengaruh pada faktor-faktor lain penunjang komunikasi politik.

2. Faktor teknologi.

Berhubungan dengan teknologi yang digunakan saat melakukan komunikasi; Laptop, Lcd, akses internet.

³³ Andreano Rinaldi Sitinjak, *Pola Komunikasi Public Relation Officer dalam Mempertahankan Citra PT. Lion Air Indonesia Cabang Manado* “, Jurnal Acta Diurna” Vol 1. No. 1. (Th. 2013). hal. 8

³⁴ Ibid

³⁵ Afriani sari, “Komunikasi Politik dan Diplomasi Berbasis Kearifan Local” Universitas Islam “45” (UNISMA) Bekasi hal. 7-8

3. Faktor ekonomis.

Berhubungan dengan dana yang digunakan saat komunikasi politik itu berlangsung

4. Faktor sosiokultural (pendidikan, budaya)

Berhubungan dengan statuta pendidikan, juga dengan tradisi/ kebudayaan yang dianut didaerah tempat komunikasi itu berlangsung

5. Faktor politis.

Berhubungan dengan proses pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan masyarakat secara menyeluruh.

D. Konsep Pesan Komunikasi Politik

Unsur terpenting dalam proses komunikasi adalah Pesan. Karena pesan adalah suatu materi yang dimiliki oleh sumber atau komunikator untuk ditujukan kepada orang lain sebagai komunikan.

Pesan dalam KBBI adalah perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan lewat orang lain.

Pesan adalah pernyataan yang didukung oleh lambang. Lambang bahasa baik yang dinyatakan oleh lisan atau tulisan. Lambang suara yang berkaitan dengan intonasi suara. Lambang gerak adalah ekspresi wajah atau gerakan tubuh, sedangkan lambang warna berkaitan dengan pesan yang disampaikan

melalui warna tertentu yang memunyai waktu yang sudah diketahui secara umum, misal merah kuning hijau pada lampu lalu lintas³⁶

Pesan adalah informasi yang dikomunikasikan kepada orang lain atau halayak, semua pesan adalah informasi namun tidak semua informasi adalah pesan³⁷.

a. Informasi

Membahas tentang pesan, juga pasti membahas tentang informasi. Pesan dan informasi tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan. Menjadi tuntutan bagi manusia untuk selalu mengakses informasi setiap saatnya. Informasi mejadi penting karena berhubungan dengan pengetahuan yang menunjang proses berpikir manusia. Informasi sendiri menurut Kenneth C. Laudon *Information is data that have been shaped into a form that is meaning full and useful to human being* (data yang sudah dibentuk kedalam sebuah formulir bentuk yang bermanfaat dan dapat digunakan oleh manusia).

Menurut Anton M. Moeliono Informasi adalah penerangan, kabar atau berita yang dapat dijadikan kajian atau analisa atau kesimpulan. Menurut Gordon D. Davis. *Information is data that have been processed into a form that is meaning full to the recipient ang is of real or porceived value in current or prospective action or decisons* (informasi adalah data yang sudah diproses kedalam bentuk yang sangat berarti untuk penerimanya

³⁶ Yupu Supartini, *Konsep Dasar Keperawatan Anak* (Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2004) hal. 76

³⁷ Wiryanto. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo. Hal 28.

dan merupakan nilai yang sesungguhnya atau dipahami dalam tindakan atau keputusan yang sekarang atau nantinya³⁸.

b. Kriteria Informasi

Informasi sendiri mempunyai kriteria. Kriteria-kriteria ini menjadi sebuah elemen dalam kualitas informasi yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan. Diantara kriteria dalam informasi yang dikemukakan oleh McLeod³⁹ adalah:

1. Tepat waktu.

Informasi yang diusung harus tepat waktu, sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hal ini juga bertujuan agar kesesuaian kebutuhan informasi masyarakat menjadi tepat. Maksudnya, ketika musim pemilu maka informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat berhubungan dengan calon-calon yang berpartisipasi sebagai calon pemimpin dalam pemilu tersebut.

2. Akurat

Informasi yang diberikan harus sesuai dengan fakta, benar dan tentunya tidak keliru. Keakurat ini bertujuan agar tidak terjadi kesalahpahaman, lebih-lebih hingga menimbulkan fitnah dan menyebarkan persepsi yang salah tentang sebuah informasi.

³⁸ Chr. Jimmy L Goal, *Sistim Informasi Menejemen* (Jakarta: Grasindo,....) hal. 9

³⁹ Penerjemah Ali Akbar yulianto, Afia R. Fitriati *Sistim Informasi Manajemen* (Jakarta: Selemba Empat, 2008) hal. 57

3. Lengkap

Informasi tidak dipublikasikan dengan cara menyembunyikan fakta- baik dengan cara menyembunyikan sebagian informasi dengan sengaja atau pun tidak sengaja demi kepentingan tertentu. Selain itu kelengkapan dalam informasi juga menunjang pada pemahaman akan informasi tersebut menjadi menyeluruh dan tidak menimbulkan kesalahan karena kurangnya informasi yang didapat.

4. Relevan.

Relevansi informasi dengan keadaan menjadi hal yang sangat penting. Hal ini berhubungan dengan keberadaan fakta yang diungkapkan. Dalam penyampaian visi dan misi misalnya, relevansi dalam informasi harus sesuai dengan yang diusung oleh sipengusung visi misi tersebut, jika tidak maksud dan tujuan dalam visi dan misi akan menimbulkan persepsi yang salah.

c. Sumber Informasi

Sumber informasi adalah asal muasal informasi didapat. Sebagai makhluk sosial manusia tentunya melakukan interaksi, dari interaksi tersebut tentu terdapat pesan yang disampaikan oleh sikomunika. Banyaknya jenis informasi membuat sikomunikan harus pintar-pintar dalam menganalisa dan mengambil informasi tersebut.

Bentuk-bentuk dalam informasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut Zulkifli A M⁴⁰:

1. Informasi uraian

Informasi ini disajikan dalam bentuk uraian cerita panjang atau ringkas, berisikan yang ringkas dan jelas. Bentuknya bisa laporan, surat, dll.

2. Informasi Gambar

Informasi yang dibentuk dalam bentuk gambar atau bagan

3. Informasi model

Informasi dalam bentuk formulir dengan model-model yang dapat memberikan nilai-nilai dan ramalan.

4. Informasi animasi

Infomasi yang menggunakan animasi suara atau video

Sebagaimana telah dijelaskan diawal bahwa pembicaraan informasi tidak akan lepas dari simbol dan susunan kode yang dapat ditafsirkan dari pesan. Manusia dengan mudah mengidentifikasi semua itu dibandingkan dengan makhluk lainnya semisal meja yang hanya mengeluarkan suara ketika digerakan, hewan hanya hanya dapat mengeluarkan suara tanpa bias menafsirkan suara-suara lainnya dari manusia. Simbol dank ode diciptakan secara khusus oleh manusia, demikian juga simbol dan kode ditafsirkan

⁴⁰ Zulkifli Amsyah *Manajemen Sistim Informasi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, Cetakan ke 5, September 2005) hal. 296-297

sendiri oleh manusia guna memahami keadaan sekitarnya, seperti simbol awan gelap yang mengisyaratkan akan turunnya hujan.

Simbol adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, kesepakatan atau aturan kata-kata pada umumnya⁴¹. Kesepakatan yang bias dilihat secara umum adalah adanya warna merah, kuning, hijau pada lampu lalu lintas. Simbol juga dikonstruksikan dalam segala hal, seperti dalam bidang matematika, bahkan bahasa tubuh manusia. Representasi makna dari simbol itu sendiri merupakan media yang dapat digunakan dalam komunikasi

Buku komunikasi politik; konsep, teori, strategi. Menurut Cangara⁴² bahwa simbol adalah suatu proses komunikasi yang dipengaruhi oleh kondisi sosial budaya yang berkembang pada suatu masyarakat. Simbol tersebut mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- a. semua kode memiliki unsur nyata
- b. semua kode memiliki arti
- c. semua kode tergantung pada persetujuan para pemakainya
- d. semua kode memiliki fungsi
- e. semua kode dapat dipindahkan, apakah melalui media atau saluran-saluran komunikasi lainnya.

⁴¹ Tommy suprpto, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi* (Yogyakarta: MedPress, 2009) hal. 105

⁴² Hafied Changara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) hal. 95

d. Pembagian pesan

Telah dijelaskan diawal bahwa pesan pada dasarnya dibagi dua; verbal dan non verbal. Hal ini sejalan dengna pengertian Potter & Perry bahwa pesan dapat disampaikan dalam dua cara verbal dan non-verbal. Pesan verbal adalah komunikasi yang dilakukan melalui lisan juga termasuk tulisan. Sedangkan non-verbal dilakukan melalui proses tubuh tertentu sentuhan tangan, pengaturan jarak, isyarat tertentu, ekspresi raut wajah, gerakan tubuh, pakaian, dan perlengkapan atau perhiasan yang dikenakan⁴³. Semua itu tidak lepas dari kemampuan manusia dalam menyampaikan bahasa, semakin baik manusia dalam berbahasa; verbal atau pun non verbal maka efeknya akan semakin besar dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

Ilmu linguistic menjelaskan bahasa adalah system tanda bunyi yang disepakati untuk dipergunakan oleh para anggota kelompok masyarakat tertentu dalam bekerja sama, berkomunikasi dan mengidentifikasi diri⁴⁴. Ragam bahasa dapat ditemui bahkan dinegara Indonesia sendiri, jawa, sunda, Madura, batak, betawi dan masih banyak lainnya hingga internasional. Demikian Bahasa adalah adalah suatu organisasi simbolik, kreatif, lengkap dan berdiri sendiri, yang bukan saja mengacu pada pengalaman yang sebagian besar diperoleh tanpa bantuannya melainkan sesungguhnya mendefinisikan pengalaman bagi kita karena kelengkapan

⁴³ Arwani, *Komunikasi dalam Keperawatan*, (Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran, 2003) hal 18-19

⁴⁴ Kushartanti, *et all. Pesona Bahasa Langkah Awal Memahami Linguistik* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005) hal. 3

formalnya dan arena proyeksi tidak sadar kita atas harapan-harapan tersiratnya pada medan pengalaman⁴⁵

Pesan yang disampaikan baik verbal atau pun non- verbal merupakan bagian penting dalam komunikasi. Demikian karena bagian ini sebagai penentu keberhalisan dalam memikat komunikan agar ia menerima terlebih mengikuti pesan yang disampaikan oleh komunikator. Pesan yang terkandung dalam komunikasi verbal dan non-verbal saling berhubungan satu sama lain; bagaimana isi pesan tersampaikan dengan bahasa non-verbal seperti raut muka dan gestur lainnya saat melakukan komunikasi; sikap yang tegas, intonasi yang jelas, misal ketika berkampanya akan menarik simpatian komunikan dalam mendapatkan isi dari pesan yang disampaikan.

Subtansi pesan yang disampaikan harus sesuai dengan keinginan komunikator; apakah subtansi pesan yang disampaikan sudah terpenuhi.

e. Pesan verbal

Pesan verbal merupakan tehnik komunikasi yang paling sering digunakan manusia dalam berhubungan. Melalui kata-kata manusia mengungkapkan perasaan, emosi, pikiran, gagasan, dan perdebatan.

Pesan yang disampaikan dalam komunikasi verbal tidak memerlukan cara-cara khusus, secara sederhana hanya memerlukan intonasi yang jelas dan tentunya mudah dipahami, tergantung kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan; lisan atau pun tulisan. Hal lain yang harus

⁴⁵ Bernand T. Adeney, *Bernand Etika Social Lintas Budaya* (Yogyakarta: Kanisius, 2000) hal.183

diperhatikan adalah diksi dalam penyampaian pesan. Diksi sangat berhubungan dengan psikolog dan sosiolog komunikasi/ lawan bicara. Ketika berhadapan dengan orang yang pendidikannya rendah, maka bahasa yang digunakan adalah bahasa yang sepadan dengan mereka. Ketika berbicara dengan petani maka bahasa yang digunakan adalah bahasa petani. Penyesuaian diksi menjadi sangat penting agar transformasi pesan yang ingin disampaikan lebih mudah, dan dapat diterima dengan jelas tanpa menghilangkan substansi pesan itu sendiri.

Pesan verbal ini sering digunakan dalam kampanye. Dalam kampanye pemilihan orang yang potensial. Potensi dalam menganalisa masalah, menganalisa khalayak, merumuskan tujuan, memilih media, mengembangkan pesan, monitoring dan evaluasi. Selain itu menurut Assifi dan Nimmo menambahkan, analisa khalayak dan kebutuhannya menjadi hal yang sangat penting hal ini agar tujuan dari kampanye itu tidak kabur, dalam artian tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Kemudian penetapan sasaran atau tujuan komunikasi, rancangan strategi yang dalam penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Secara pasti, seorang kampanye harus mampu melakukan analisis swot.⁴⁶

Selain substansi pesan dalam pesan verbal, pula harus diperhatikan adalah pengorganisasian pesan. Penggolompokan pesan akan mempermudah komunikasi dalam penyampaian pesan secara sistematis, hal ini bukan hanya pesan verbal tapi juga dalam non-verbal. Penggunaan bahasa yang efektif,

⁴⁶ Hafied Changara, *ibid.* hal. 232-233

tidak menimbulkan makna ganda, singkat dan familiar berpengaruh dalam penyampaian pesan verbal, termasuk dalam non-verbal.

f. Pesan non-verbal

Pesan non verbal merupakan pesan yang disampaikan melalui bahasa kias (gerak atau tubuh sebagai isyarat), gambar (pesan yang disampaikan melalui gambar), dan sikap (mengekspresikan pikiran, perasaan dan pendirian⁴⁷).

Non-verbal ini menjadi penting untuk dipelajari karena⁴⁸:

1. Manusia selalu melakukan komunikasi, dan tidak hanya menggunakan bahasa verbal.
2. Seringkali manusia menggunakan bahasa non-verbal dalam komunikasi sebagai sarana pendukung non-verbal baik ekspresi wajah dan gerakan tangan
3. Komunikasi itu tidak terletak semata-mata pada maksud, tetapi pada persepsi, partisipan selalu mengecek persepsi terhadap maksud.
4. Komunikasi bersifat kompleks dan sehingga kemampuan berkomunikasi harus diperbaharui terus-menerus.
5. Komunikasi meliputi dua hal; sikap dan keterampilan

Alasan penting lain secara ringkas yang mendorong untuk memelajari pesan non-verbal adalah agar pemahaman tentang non-verbal menjadi kompleks:

⁴⁷ Chistina Lia Uprimi, et. All. *Komunikasi Kebidanan*, (Yogyakat: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2003) hal. 8

⁴⁸ Alo liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi Budaya* (Yogyakarta: LKis, 2007) hal. 181

1. Pesan non-verbal mampu mengkomunikasikan emosi
2. Pesan non-verbal dapat dilihat dengan nyata.
3. Secara garis besar manusia tidak bias berkomunikasi tanpa pesan non-verbal
4. Komunikasi non-verbal berkaitan dengan komunikasi non verbal

Syarat-syarat berhasilnya suatu pesan menurut Wilbur Schramm (1955) Mengemukakan bawah ⁴⁹:

1. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian khalayak
2. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang sudah dikenal oleh komunikator dan khalayak sehingga kedua pengertian itu bertemu
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan agar cara-cara tersebut dapat mencapai kebutuhan;
4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi khalayak

Ragam pesan ditentukan sesuai dengan kegunaan pesan itu sendiri, apakah ditujukan untuk memberikan informasi secara umum, penyampaian pendidikan, perekonomian, dll. sebagaimana telah dijelaskan diawal dalam

⁴⁹ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) Hal. 249

bagian informasi. Dalam komunikasi politik, pesan politik terbagi menjadi dua bagian; pragmatis dan ideologis.⁵⁰

1. Pesan praktis atau pragmatis. Pesan ini disampaikan oleh komunikator kepada komunikan agar melakukan tindakan yang berguna untuk kepentingan politik sesaat. Misalnya mengajak masyarakat untuk memilih partainya pada saat pemilu. Penyampaian pesan bertujuan agar komunikan melakukan tindakan dalam momen tertentu. Hal ini juga memungkinkan keterlibatan aktif maupun kesadaran mendalam bagi halayak.
2. Pesan ideologis. Pesan yang berisi pemahaman dan informasi tentang cita-cita politik dalam membentuk kehidupan ekonomi dan hubungan politik yang lebih baik. Pesan politik ideologis biasanya disampaikan oleh kekuatan politik ideologis yang tidak semata-mata ingin memenangkan pertarungan politik untuk memenangkan kemenangan sesaat. Keuntungan pesan politik ideologis adalah berguna bagi proses penyadaran politik dan memungkinkan munculnya partisipasi politik aktif dari masyarakat.

Pesan politik pada dasarnya hanyalah perlu memerhatikan intensitas dan pokok persoalan yang dihadapi. Maksudnya pesan dibuat untuk apa?. Apakah ditujukan untuk kebutuhan pribadi (*personal needs*) atau kelompok (*social need*). Pesan politik hanya akan menarik perhatian selama

⁵⁰ Nurani Soyomukti, *Komunikasi Politik* (Malang,:Intrans Publishing, 2013) hal. 69

ia memberikan harapan atau hasil yang kuat dan relevansinya dengan persoalan kebutuhan. Tema dan materi dari isi pesan politik harus disesuaikan dengan kondisi khalayak dan dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Bentuk penyajian pesan dalam hal ini adalah⁵¹:

1. *One side issue* (sepihak). Yaitu penyajian masalah yang hanya mengemukakan hal-hal yang positif, atau sebaliknya berupa hal-hal negatif saja.. hal semacam ini banyak dilakukan dalam kegiatan agitasi dan politik propaganda. Demikian hanya mengunggulkan konsepsi komunikator tanpa menanyai pendapat-pendapat khalayak yang telah berkembang.
2. *Both side issue* (kedua belah pihak). Yaitu menyampaikan permasalahan; dari segi positif atau pun negatif. Mengikuti pendapat yang berkembang dimasyarakat dipadukan dengan konsep komunikator hingga pada akhirnya dicari titik tengah dari permasalahan yang sedang dihadapi, dan terciptalah pesan politik sesuai dengan harapan kedua belah pihak.

g. Teknik Pengelolaan Pesan

Ada 2 model dalam penyusunan pesan, yakni penyusunan pesan yang bersifat informatif dan penyusunan bersifat persuasif.

⁵¹ Anwar Arifin, 2011. *Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hal 249-250

1. Penyusunan pesan bersifat informatif

Model penyusunan pesan yang bersifat informatif lebih banyak ditujukan pada perluasan wawasan dan kesadaran khalayak. Prosesnya lebih banyak bersifat difusi, sederhana, jelas dan tidak banyak menggunakan jargon yang kurang populer di kalangan masyarakat.

Ada 4 macam penyusunan pesan bersifat informatif⁵²:

1. Space Order

Penyusunan pesan yang melihat kondisi tempat atau ruang, seperti: Internasional, Nasional dan Daerah.

2. Time Order

Penyusunan pesan berdasarkan waktu atau periode yang disusun secara kronologis.

3. Deductive Order

Penyusunan pesan mulai dari hal-hal yang bersifat umum kepada yang khusus, misalnya: Penyusunan GBHN

4. Inductive Order

Kebalikan dari Deductive Order, Penyusunan pesan yang dimulai dari hal-hal khusus kepada yang bersifat umum.

Model penyusunan pesan informatif biasanya banyak dilakukan dalam penulisan berita dan artikel oleh para wartawan dengan memakai model piramida terbalik. Dalam penulisan berita model *straight news*,

⁵² Hafied Changara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) hal. 265

penyampaian pesan bergerak dari yang sangat penting kepada yang kurang penting dengan menjawab 5W+1H.

2. Penyusunan pesan bersifat persuasif

Model penyusunan pesan yang bersifat persuasif memiliki tujuan untuk mengubah persepsi, sikap dan pendapat khalayak. Oleh karena itu penyusunan pesan yang bersifat persuasif memiliki sebuah proposisi. Proposisi disini ialah apa yang dikehendaki sumber terhadap penerima sebagai hasil pesan yang disampaikannya, artinya setiap pesan yang dibuat diinginkan adanya perubahan.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan dalam penyusunan pesan yang memakai teknik persuasif⁵³, antara lain:

a. Fear Appeal

Metode penyusunan atau penyampaian pesan dengan menimbulkan rasa ketakutan pada khalayak

b. Emotional Appeal

Cara penyusunan atau penyampaian pesan dengan berusaha menggugah emosional khalayak. Bentuk lain dari *emotional appeal* ialah propoganda. Hal ini dilakukan biasanya dengan mengungkit-ungkit permasalahan agama, etis, kesenjangan ekonomi.

⁵³ Hafied Changara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) hal. 267

c. Reward Appeal

Cara penyusunan atau penyampaian pesan dengan menawarkan janji-janji pada khalayak. Mengenai metode reward appeal, Heilman dan Garner (1975) dalam risetnya menemukan bahwa khalayak cenderung menerima pesan atau ide yang penuh janji-janji dari pada pesan yang disertai ancaman. Konteks seperti ini telah banyak dilakukan di Indonesia, biasanya dengan menjanjika sejumlah uang, atau hadiah lainnya yang dapat memikat hati masyarakat. Seperti halnya orang yang menjanjikan kesejahteraan anggaran dengan nominal angka; antara nominal besar dan kecil, secara kecenderungan orang-orang akan memilih pada pemimpin yang menjanjikan pada nominal yang besar.

d. Motivational Appeal

Teknik penyusunan atau penyampaian pesan yang dibuat bukan karena janji-janji, tetapi disusun untuk menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga mereka dapat mengikuti pesan-pesan itu. Bagi pesan yang sudah berkuasa biasanya mereka menawarkan perubahan dan bukti yang telah dilakukannya dan ditambah dengan janji-janji lainnya untuk memperbaiki kekurangan dalam agenda selanjutnya. Sedangkan pada calon yang akan menjabat biasanya mereka menawarkan konsep dan letak perubahan yang dilakukan. Hal

ini bertujuan untuk memotivasi masyarakat pada hal yang lebih baik sesuai dengan tawar para calon.

e. Humorous Appeal

Teknik penyusunan atau penyampaian pesan yang disertai dengan gaya humor, sehingga dalam penerimaan pesan khalayak tidak merasa jenuh. Pesan yang disertai humor mudah diterima, enak dan menyegarkan tetapi diusahakan jangan sampai terjadi humor yang lebih dominan dari pada materi yang ingin disampaikan.

E. Pemilihan Walikota

Indonesia merupakan negara yang menganut sistem demokrasi, dimana kekuasaan tertinggi ada pada masyarakat. Isitilah demokrasi“demokrasi” berasal dari dua kata, yaitu *demos* yang berarti rakyat dan *kratos/cratein* yang berarti pemerintahan, sehingga dapat diartikan sebagai kekuasaan ditangan rakyat⁵⁴. Jargon demokrasi juga dikenal sebagai pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Konsep demokrasi menjadi sebuah kata kunci tersendiri dalam bidang ilmu politik. Hal ini menjadi wajar, sebab demokrasi saat ini disebut-sebut sebagai indikator perkembangan politik suatu negara.

⁵⁴ Farel Panjaitan, *Friman Hidup 68* (Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia, 2008) hal. 87

Pada dasarnya demokrasi adalah *people rule*, dalam sistem demokrasi masyarakat mempunyai hak, kesempatan dan suara yang sama didalam mengatur pemerintahan⁵⁵. Tujuan yang sama antara pemerintah dan masyarakat adalah cita-cita untuk mewujudkan negara yang adil dan sejahtera.

Suatu sistem dikatakan demokratis apabila⁵⁶:

1. Kompetisi antar individu/ kelompok melalui partai politik
2. Partisipasi penuh. Setiap warga negara dan dewasa berhak dipilih atau diangkat untuk posisi politik melalui proses berkala (pemilu)
3. Dalam proses tersebut tidak boleh ada suatu kelompok yang dipinggirkan

Pada akhirnya sistem demokrasi tercipta sistem demokrasi terbuka, dimana masyarakat mempunyai peranan penting dalam menentukan setiap kuasa dalam pemerintahan. Sebelumnya tentang pemilihan presiden ditentukan oleh *Majelis Permusyawaratan Rakyat dengan suara yang terbanyak. Kemudian UUD 1945 dalam perubahan ketiga Pasal 6A* menyebutkan bahwa *Presiden dan Wakil Presiden dipilih dalam satu pasangan secara langsung oleh rakyat.*⁵⁷ Hal ini dilakukan agar rakyat memiliki akses yang lebih dalam pembuatan keputusan penting. Pemilihan

⁵⁵ Chusnul Mar'iyah, *Masyarakat Warga dan Pergulatan Demokrasi* (Jakarta: PT. Komapas Media Utama, 2011) hal. 113

⁵⁶ *Ibid*, 112

⁵⁷ Hasil Perubahan & Naskah Asli UUD 1945

<http://www.mpr.go.id/pages/produk-mpr/panduan-pemasyarakatan/bab-ii-uud-nri-tahun-1945/d-hasil-perubahan--naskah-asli-uud-1945-1>, Akses 31 Maret 2014

presiden dan wakil presiden adalah hajat yang paling utama bangsa ini. Demikian, demokrasi memiliki arti yang lebih bermakna karena rakyat tidak hanya memilih wakil mereka di DPR dan DPD, namun mereka ikut berpartisipasi dalam menentukan pemimpinnya.

Kata demokrasi menjadi lebih kompleks karena rakyat tidak saja memiliki hak, tetapi juga dibebani sebuah tanggung jawab yang lebih besar untuk memilih dan memilih calon pemimpin mereka. Selain itu demokrasi juga menciptakan hubungan emosional antar komponen dalam pemerintahan khususnya kepresidenan.

Tidak berhenti disitu, sejalan dengan semangat desentralisasi sejak tahun 2005 pemilu kepala daerah dilaksanakan secara langsung. Semangat ini didasarkan pada sistem demokrasi tidak langsung (perwakilan) di era sebelumnya, dimana kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih oleh DPRD. Melalui pilkada, masyarakat sebagai pemilih berhak untuk memberikan suaranya secara langsung sesuai dengan kehendak hati nuraninya, tanpa perantara, dalam memilih kepala daerah. Dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan daerah diterapkan prinsip demokrasi. Sesuai dengan pasal 18 ayat 4 UUD 1945 yang menyebutkan bahwa kepala daerah dipilih secara demokratis. UU NO.32 Tahun 2004, tentang Pemerintahan Daerah, diatur mengenai pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah yang dipilih secara langsung oleh rakyat, yang diajukan oleh partai politik atau gabungan parpol. Sedangkan didalam perubahan UU No.32 Tahun 2004, yakni UU No.12 Tahun 2008, Pasal 59 ayat 1b, calon kepala daerah dapat juga diajukan dari calon perseorangan yang didukung oleh sejumlah orang. Secara ideal tujuan dari dilakukannya pilkada adalah untuk mempercepat konsolidasi demokrasi di republik ini. Selain itu juga untuk mempercepat

terjadinya *good governance* karena rakyat bisa terlibat langsung dalam proses pembuatan kebijakan. Hal ini merupakan salah satu bukti dari telah berjalannya program desentralisasi. Daerah telah memiliki otonomi untuk mengatur dirinya sendiri, bahkan otonomi ini telah sampai pada taraf otonomi individu⁵⁸.

Wali kota adalah kepala pemerintahan kota. Walikota bertugas melaksanakan kebijakan daerah kota dan peraturan perundangan lain yang menjadi kewajibannya. Walikota dipilih pemilihan kepala daerah secara langsung umum, bebas, rahasia, jujur dan adil⁵⁹.

Pemilihan Walikota dilaksanakan secara demokratis; baik secara independen maupun melalui partai politik. Hak dan kewajiban partai politik berdasarkan UU Pasal 12 i adalah mengusulkan pasangan calon wakil presiden dan wakil presiden, calon gubernur dan wakil gubernur, calon bupati dan wakil bupati, serta calon Walikota dan Wakil Walikota sesuai dengan peraturan perundang-undangan⁶⁰

Kampanye dilaksanakan oleh tim kampanye yang dibentuk oleh pasangan calon bersama-sama partai politik atau gabungan partai politik yang mengusulkan pasangan calon. Tim kampanye disampaikan kepada KPUD bersamaan dengan pasangan calon. Tim kampanye dapat dibentuk berjejaring diprovinsi, Kota/ kota bagi pasangan calon gubernur dan wakil gubernur, dan Kota/ kota dan kecamatan bagi pasangan calon bupati dan wakil bupati dan walikota/ walikota. Penyelenggaraan kampanye

⁵⁸ Syfran Sofyan, permasalahan dan solusi pemilukada, <http://www.lemhannas.go.id/portal/daftar-artikel/1634-permasalahan-dan-solusi-pemilukada.html>, (Akses 31 Maret 2014)

⁵⁹ Hanif Nurcholis, *Teori dan Praktik Pemerintahan & Otonomi Daerah* (Jakarta: Grasindo, 2007) hal. 219

⁶⁰ *Undang-undang parpol dan pemilu* hal. 13

dilakukan diseluruh wilayah provinsi untuk pemilihan gubernur dan wakil gubernur dan diseluruh wilayah Kota/ kota untuk pemilihan bupati dan wakil bupati dan Walikota dan Wakil Walikota⁶¹ .

⁶¹ Daniel S. Saloso *Mekanisme, Pesyaratan dan Tatacara Pilkada Langsung* (Yogyakarta: Media Presindo, Certakan ke 2 Maret, 2005) hal. 55

F. Biografi Badullah Abu Bakar

Nama Lengkap : **Abdullah Abu Bakar, SE**
Tempat,Tgl. Lahir : Kediri, 12-04-1980
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl. Dr. Sutomo 37, Banjaran, Kediri
Profesi : Wiraswasta
Status : Menikah

Riwayat Pendidikan

1. TK. Al- Irsyad Al Islamiyah Surakarta
2. SD Al- Irsyad Al Islamiyah Surakarta
3. SD Pawyatan Daha Kediri
4. SMP Negeri 3 Kediri
5. SMA Negeri 1 Kediri
6. ATK (Akademi Teknologi Kulit) Yogyakarta
7. STIE YKPN Yogyakarta

Riwayat Pekerjaan

1. Marketing Freelance Credit Card (2002-2003)
2. Marketing Fresco Digital Photography (2003-2004)
3. General Manager Fresco Digital Photography (2004-sekarang)
4. Perdagangan Bahan Baku Produksi (Sampai Sekarang)

Riwayat Organisasi

1. OSIS SMPN 3 Kediri, sebagai Ketua Divisi Kepemimpinan dan Keorganisasian
2. OSIS SMAN 1 Kediri, sebagai Ketua Kepemimpinan dan Keorganisasian
3. STIE YKPN, Ketua Divisi Hunting UKM Fotografi
4. STIE YKPN, Ketua Perkumpulan Sarasehan Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen

G. Biografi Lilik Muhibbah

Nama : Hj. Lilik Muhibbah, S.Sos.I, M.Pd.I

Tempat dan Tanggal Lahir : Kediri, 09 April 1962

Umur : 51 Tahun

Alamat Tempat Tinggal : Jl. KH. Hasyim Asy' Ari No. 1 RT. 10
RW.02 Kelurahan Bandar Kidul Kota Kediri

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Status Perkawinan : a. Sudah

b. Suami : KH. Fuaduddin Thoha

c. Anak : 1. Millah Qoyyimah

2. Wazir Al Muqtafa

3. Zidna Al Izzah

d. Ayah : H. Baidhowi

e. Ibu : Hj. Maslikah

Pekerjaan : Pengasuh Ponpes Al Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri

Riwayat Pendidikan:

- a. SD Jagalan 2
- b. Madrasah Tsanawiyah Misriu Ploso Mojo Kediri
- c. Madrasah Aliyah Misriu Ploso Mojo Kediri
- d. S-1 IAIT Tri Bhakti Kota Kediri
- e. S-2 IAIT Tri Bhakti Kota Kediri

Riwayat Organisasi:

- a. IPPNU (1975)
- b. Fatayat NU (1980)
- c. Ketua Muslimat NU Kota Kediri (2000-Sekarang)
- d. Sekretaris IPHI Kota Kediri
- e. FPPI (2011-Sekarang)

Riwayat Pekerjaan: Pengasuh Ponpes Al Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri