

# Pengertian dan Model Komunikasi Politik<sup>1</sup>

Oleh: Adiyana Slamet, S.Ip., M.Si

Komunikasi politik mempelajari mata rantai antara komunikasi dan politik atau jembatan metodologis antara disiplin komunikasi dan politik. Namun jika disimak dari berbagai literatur, komunikasi politik telah menjadi kajian tersendiri sejak diakui oleh organisasi ilmiah *International Communication Association* bersama divisi lain, seperti divisi sistem informasi, komunikasi antar pribadi, komunikasi massa, komunikasi organisasi, komunikasi antar budaya, komunikasi intruksional dan komunikasi kesehatan (Ardianto dan Q-Anees, 2007:35)

Komunikasi politik merupakan aktivitas pesan orang-orang yang melakukan kegiatan politik, dalam bentuk mempengaruhi dan menstimulus orang lain untuk melakukan kegiatan politik, baik pada tingkatan hubungan antar suprastruktur dan infrastruktur. Pesan itu berlangsung untuk mengikuti perubahan dan perkembangan informasi yang diinginkan dalam masyarakat. Sang aktor atau komunikator politik dan bisa juga disebut sekaligus partisipan politik dapat mengerti bahwa isi, tujuan dan keinginan pesan politik yang disampaikan adalah untuk mempengaruhi dan membentuk opini publik.

Para pakar, teoritis ilmu politik dan ilmu komunikasi, berupaya untuk memberikan suatu pengertian, tentang apa itu komunikasi politik. Sulit kiranya untuk memunculkan suatu pengertian karena dipengaruhi oleh disiplin ilmu yang melatarbelakanginya (Harun dan Sumarno, 2006 : 2). Namun demikian upaya maksimal para pakar telah memberi kontribusi yang sangat berharga dalam memperkaya rujukan ilmu pengetahuan khususnya tentang komunikasi politik

Namun apabila dimaknai komunikasi tersebut dalam proses pesan dapat dimengerti merupakan kajian komunikasi politik dalam pengembangan komunikasi terhadap berbagai aksioma yang berkembang. Ada lima aksioma komunikasi politik, Littlejohn (1983:75) menyebutkan bahwa:

“*Pertama*, orang tidak bisa tidak berkomunikasi. Aksioma ini menekankan bahwa kita senantiasa mempengaruhi persepsi orang lain, apakah kita menginginkan atau tidak. Aksioma ini juga menekankan bahwa setiap perilaku yang terlihat secara potensial bersifat komunikatif. *Kedua*, setiap percakapan, betapapun singkatnya, meliputi dua pesan, sebuah pesan berhubungan bila dua orang sedang berinteraksi, masing-masing mengaitkan informasi pada yang lain, dan secara bersamaan, masing-masing juga mengomentari informasi tersebut pada tingkatan yang lebih tinggi. Hubungan pembicaraan yang simultan yang seringkali bersifat non-verbal, adalah meta komunikasi. *Ketiga*, interaksi selalu diorganisasikan ke dalam pola-pola yang mempunyai arti oleh komunikator. Ini disebut pengelompokan. Tahap-tahap interaksi, seperti kalimat tidak dapat dipahami sebagai rangkaian elemen yang terpisah-pisah supaya bisa diterima ia harus dikelompokkan. *Keempat*, orang menggunakan kode-kode digital dan juga analog. Hubungan antara tanda dan petunjuk betul-betul bersifat pilihan. *Kelima*, aksioma tentang komunikasi berhubungan dengan percocokan atau penggantian pesan-pesan di dalam suatu

---

<sup>1</sup> Disampaikan pada kuliah pertemuan ke-2

interaksi. Aksioma ini melihat bahwa para komunikator mungkin merespon dengan cara yang sama atau berbeda satu sama lain. Bila dua komunikator dalam satu hubungan perilaku sama dan perbedaan-perbedaan diminimalkan, hubungan tersebut dikatakan sebagai sesuatu yang simetris. Tetapi perbedaan respon komunikator dimaksimalkan, maka dikatakan terjadi hubungan yang bersifat komplementer.”

Pengaruh pemahaman teori tersebut, orang akan cenderung melihat komunikasi politik pada konteks sistem transmisi pesan pada saat terjadinya perebutan kekuasaan. Ali (1999:30) mengatakan bahwa: “Sebuah gejala yang terjadi akibat kesalahpahaman terhadap gejala politik yang acap kali ditafsirkan sebagai kekuasaan dengan demikian komunikasi politik juga dipandang sebagai *political mean* (alat politik) untuk mencapai tujuan kekuasaan.”

Jika pandangan terhadap komunikasi politik didalami lebih lanjut, Nimmo (2000:8) mengatakan bahwa: “komunikasi politik adalah cara seseorang bertukar simbol, kata-kata yang dituliskan dan diucapkan, gambar, gerakan, sikap tubuh, perangai dan pakaian.” Akhirnya orang akan mengerti Effendy (1989:277) menjelaskan bahwa:

“Komunikasi politik merupakan suatu aktivitas pertukaran pesan yang dilakukan seseorang, kelompok orang, atau suatu lembaga dalam upaya memperoleh kewenangan untuk membela rakyat, baik dalam fungsi sebagai pelaksana pemerintahan maupun sebagai anggota sebuah struktur sosial masyarakat, dan dapat mempengaruhi suatu kebijakan sistem kekuasaan atau pemerintah dalam berbagai komponen.”

Ada dua hal yang perlu diperhatikan oleh aktor politik dalam penyampaian pesan, apalagi menghadapi momon politik, Nimmo (2000:36) menyebutkan bahwa:

“*Pertama*, terdapat juru bicara bagi kepentingan yang terorganisasi. Pada umumnya orang ini tidak memegang ataupun mencita-citakan jabatan pada pemerintahan; dalam hal ini komunikator tersebut tidak seperti politikus-politikus yang membuat politik menjadikan lapangan kerjanya. Juru bicara ini biasanya juga bukan profesional dalam komunikasi. Namun ia cukup terlibat dalam politik maupun dalam komunikasi sehingga dapat disebut aktivis politik dan semi profesional dalam komunikasi politik. *Kedua*, jaringan interpersonal mencakup komunikator politik utama, yakni pemuka pendapat. Sebuah badan penelitian yang besar menunjukkan bahwa banyak warga negara yang dihadapkan pada pembuatan keputusan yang bersifat politis (seperti memilih untuk calon apa) meminta petunjuk dari orang-orang yang dihormati mereka, apakah untuk mengetahui apa yang harus dilakukannya atau untuk memperkuat putusan yang telah dibuatnya. Orang yang diminta petunjuk dan informasinya itu adalah “pemuka pendapat.”

Komunikasi politik tersebut memperlihatkan hal-hal sebagai berikut: *Pertama*, dalam setiap proses politik dibutuhkan aktor yang tidak memperlihatkan kepentingan pribadi dalam setiap penyampaian informasi yang bersifat moral ataupun material, karena aktor politik menjadi lapangan kajian komunikasi politik. *Kedua*, penyampaian informasi dapat dikembangkan dengan membuka jaringan informasi interpersonal pada tokoh yang berpengaruh dalam masyarakat sebagai simbol politik. Pesan komunikasi politik dapat menyentuh sasaran dengan memperhatikan berbagai pola perpolitikan dalam masyarakat. Dalam pandangan lain komunikasi politik dianggap sebagai sebuah atribut pesan, Burgoon (1982:748) mengatakan bahwa:

“Politik merupakan atribut umum seseorang yang menghasilkan variasi perilaku yang meliputi hubungan antar personal sebagaimana halnya komunikasi massa. Dengan kata lain aktivitas personal dalam ruang politik berimplikasi terhadap tindakan komunikasi. Media berita yang digunakannya harus dapat memfasilitasi

atau mencapai kapasitas dalam bentuk komunikasi politik. Skala media yang digunakan berkorelasi positif dengan ukuran lainnya dari komunikasi politik.”

Pandangan teori ini melihat politik sebagai sebuah peralatan yang dimiliki setiap lapisan masyarakat, untuk menjelaskan perilaku yang tumbuh dan berkembang dalam berbagai komponen kehidupan, baik secara perorangan, kelompok maupun masa. Dengan kata lain perilaku politik personal akan berdampak pada berbagai lapisan masyarakat, sebagaimana terjadi dalam pesan politik yang dikembangkan media massa. Apabila dipahami pandangan tersebut, yang mengacu pada hasil penelitian terhadap tayangan iklan televisi dalam komunikasi politik, Stamm (1990:56) menjelaskan bahwa:

“Sementara kita mengutamakan dampak politik dari iklan calon perdebatan yang disiarkan melalui televisi, menurut Robinson yang nampak dari perubahan adalah waktu tayang, jaringan televisi dari 5 menit menjadi 30 menit sebagai format yang secara mendasar mengubah proses komunikasi politik di Amerika Serikat. Bagaimanakah dengan mengubah *audiens* untuk informasi politik. *Audiens* dalam pemberitaan televisi lebih banyak (daripada *audiens* media cetak) berasal dari orang-orang yang pendidikannya kurang dan secara politik dari anggota pemilih yang kurang efektif. Individu ini, adalah lebih peka terhadap pengaruh media.”

Pandangan ini menggambarkan bahwa pengaruh media elektronik sebagai sarana komunikasi politik terhadap perilaku dalam masyarakat tradisional, lebih baik, lebih efektif dibanding media cetak. Pesan media elektronik, lebih mudah dimengerti oleh mereka (masyarakat) yang pendidikannya rendah. Pesan melalui media cetak lebih banyak menekan dan lebih sulit dimengerti oleh kelompok tersebut, terutama dalam membentuk pola pikir mereka terhadap pemberitaan pesan yang mempengaruhi persepsi manusia terhadap konsep politik, Tan (1981:28) mengatakan bahwa:

“Pengaruh media pada penguasaan terhadap orientasi politik dan menemukan bahwa kita dipengaruhi oleh media dalam banyak cara selain dari pada perubahan sikap dan perilaku. Beberapa temuannya adalah: (1) Media dengan efektif memberi tahu kepada kita mengenai masalah politik dan mempengaruhi persepsi kita terhadap pentingnya masalah politik; (2) Sejumlah tipe muatan media politik menyebabkan peningkatan diantara *audiens* tentang kepercayaan politik, efektifitas, dukungan, aktivitas politik, sedangkan yang lain menyebabkan rasa tidak puas, sinisme politik dan emosi dukungan; dan (3) Dua faktor kritis menentukan pengaruh media massa pada pengaruh politik dan perilaku adalah kelompok rujukan individu dan motivasi yang diperoleh melalui bahan politik.”

Teori di atas menjelaskan bahwa peran media dalam penayampaian informasi pesan politik dipengaruhi tiga pandangan dasar, yaitu: (1) melalui pemanfaatan media, informasi pesan politik akan mudah memberitakan berita politik yang berkembang dalam aktivitas politik; (2) penggunaan media dalam menayangkan pesan politik kepada opini akan efektif untuk menganalisis dalam pemberian dukungan atau menolak setiap pesan yang disampaikan; (3) media komunikasi politik dapat mempengaruhi perilaku *audiens* untuk bertindak terhadap keinginan politik orang yang menjadi komunikator. Media komunikasi politik dapat berperan dalam menyeimbangkan informasi pesan politik, terhadap pemaknaan berbagai paradigma proses politik. Hal yang menyentuh kehidupan masyarakat untuk menolak atau mendukung kepentingan politik yang berkembang di masyarakat. Komunikasi politik memiliki hubungan yang kuat dalam penggunaan media

berita, meliputi bentuk media interpersonal dalam politik. Komunikasi politik juga memperlihatkan keeratan hubungan antara komunikasi politik dan massa. Dalam pembahasannya memperlihatkan peran komunikasi dalam tujuan politik dipengaruhi oleh kepentingan media massa, sebagai pembawa pesan ke dalam masyarakat. Burgoon (1982:757) melihat bahwa:

“Kepentingan politik akan berkembang dalam masyarakat, apabila komunikasi politik mampu memainkan peran komunikasi massa sebagai media politik dalam sistem dan tatanan kenegaraan yang positif dengan perilaku dan norma-norma politik yang objektif sesuai dengan tuntutan etika politik.”

Fenomena teori tersebut, telah mempertegas bahwa proses pesan politik lebih mudah diterima dalam masyarakat untuk melakukan penyambungan pemaknaan setiap pesan yang berproses antar aktor politik. Setelah itu pesan politik diharapkan dapat berproses secara mudah bagi orang yang menjadi *audiens* politik, karena komunikasi politik berproses dengan baik dalam sistem informasi kekuasaan dan yang terjadi adalah media massa sebagai alat kontrol dalam usaha perebutan kekuasaan politik. Keadaan tersebut dapat dilihat dalam gejala politik yang saling mempengaruhi terhadap kelompok sasaran, Gurevitch (1990:24) melihat bahwa:

“Dalam pertimbangan sumber-sumber pengaruh komunikasi. Beberapa pergeseran posisi sebelumnya dengan patisan pendukung, sebagai sumber pesan yang dapat mempengaruhi atau tidak mempengaruhi para pemilik suara, untuk kepentingan yang kurang bertujuan, namun secara potensial memberi kontribusi lebih formatif pada pendapat publik yang berasal dari berita-berita dan laporan-laporan politik yang dibetulkan oleh komunikator profesional.”

Pandangan komunikasi politik diatas meliputi beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengkajiannya yaitu: (1) institusi politik dengan aspek-aspek komunikasinya; (2) institusi media dengan aspek-aspek komunikasi politiknya; (3) orientasi khalayak terhadap komunikasi politik ; (4) aspek-aspek komunikasi yang relevan dengan budaya politik; (5) komunikator politik yang membawa pesan politik kepada khalayak sebagai komunikan, dan (6) pandangan khalayak politik sebagai penerima pesan dalam masyarakat. Lebih lanjut dikatakan Gazali bahwa komunikasi politik dalam pemilihan umum yaitu:

“(1) Komunikasi berisi informasi dan citra (kesan); (2) Informasi dalam Komunikasi Politik = *Prospective Policy Choices* (apa-apa saja kebijakan yang menguntungkan pemilih kalau memilih seorang kandidat), dan (3) Citra dalam Komunikasi Politik = *Image Making* (penguatan kesan atau memori bahwa seorang calon memang akan melaksanakan apa yang ia janjikan). Jadi Komunikasi Politik dalam Pemilu = Kompetisi memberikan informasi tentang kebijakan seorang kandidat yang menguntungkan pemilih + perlombaan membuat citra yang tertanam dimemori pemilih bahwa seorang kandidat akan lebih melaksanakan janjinya dibanding calon lain”<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Dikutip dari Power Point *Strategi Komunikasi Politik Memenangkan Hati Publik (dalam Pilkada Langsung)* Effendi Gazali, Ph.D. MPS ID, Staf Pengajar Program Pascasarjana Komunikasi UI

Formulasi pengertian komunikasi politik dari Dan Nimmo dalam buku *"Political Communication and Public Opinion in America"* menyatakan sebagai berikut:

*"....It is book of Political Communication (activity) consider political by virtue of its consequences (actual and potential) which regulate human conduct under conditions of conflict.*

Formulasi Nimmo Intinya bahwa komunikasi sebagai proses interaksi sosial dan inti politik sebagai konflik sosial, sehingga rumusan tersebut menjelaskan bahwa komunikasi politik sebagai kegiatan yang bersifat politis atas dasar konsekwensi aktual dan potensial yang menata perilaku dalam kondisi konflik (Arifin, 2003 : 9). Hal tersebut dikomentari dalam bukunya Harun dan Sumarno (2006 : 3-5) bahwa pemikiran Nimmo membuat komunikasi politik berada dalam kondisi konflik tidak jelas. Pemikiran tersebut bersifat situasional, karena konflik terjadi sebagai akibat tidak tercapainya komunikasi yang ideal, yaitu mampu menginterpretasikan simbol-simbol yang diakui dan disetujui bersama, atau istilahnya adanya kesamaan makna. Sehingga posisi komunikasi politik sejatinya sebagai **"Das Sollen"** artinya suatu kegiatan keilmuan yang bermaksud untuk meminimalkan konflik, mewujudkan kondisi harmonis. Sedangkan kegiatan politik yang bersifat empiris termasuk konflik sebagai suatu wilayah **"Das Sein"**. Maka bisa dirumuskan komunikasi politik sebagai : "...suatu proses kegiatan-kegiatan membentuk sikap dan perilaku politik yang terintegrasi ke dalam suatu sistem politik dengan menggunakan simbol-simbol yang berarti"

Kemudian menurut Astrid Sosanto dalam bukunya *"Komunikasi Sosial di Indonesia"* mengangkat suatu formulasi pengertian komunikasi politik yang diwarnai kajian ilmu hukum, bahwa:

*"...adalah komunikasi diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganeganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik"* (Harun dan Sumarno, 2006 : 4).

Definisi komunikasi politik juga dipertegas oleh Harsono Suwardi (1997 : 12) bahwa:

*"Komunikasi politik dapat dilihat dalam arti sempit komunikasi politik adalah Setiap bentuk penyampaian pesan, baik dalam bentuk lambang-lambang maupun dalam bentuk kata-kata tertulis, terucapkan, ataupun dalam bentuk isyarat yang mempengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu. Sedangkan dalam arti luas, komunikasi politik adalah setiap jenis penyampaian pesan, khususnya yang bermuatan info politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima pesan"*.

## DAN NIMMO

Komunikasi Politik: tindakan yang terjadi di wilayah politik dengan segala konsekwensinya (regulasi, konflik, dst).

Dan Nimmo meminjam konsep komunikasi Laswell (pakar politik, 1948) "**WHO SAYS WHAT IN WHICH CHANNEL WITH WHOM WITH WHAT EFFECT**" sebagai cara yang tepat untuk menggambarkan tindakan komunikasi dengan catatan ia memodifikasi formula tersebut dari linier menjadi sirkular (*to whom menjadi with whom*)

### **WHO SAYS WHAT (Siapa? - mengatakan apa?)**

(*Communications about Politik*)

- *The Political Communicator (Leaders & Public)* ---- politisi, profesional (pengamat, wartawan), aktivis
- *Political Talk (Symbolis, Languages, Publik Opinion)* --- Bisa melalui media, lobby, tulisan2 politik dll.
- *Political Persuasion (Kampanye, Propaganda, Advertising, rhetoric)*

### **IN WHICH CHANNEL (Dengan saluran-saluran apa)**

(*people, politics, communications media*)

- *The political Media (Mass, Interpersonal, Organizational Channels)*
- *Political News (Government & Press as sources and Channels of Political Communications)*  
Khususnya masalah politik.

### **WITH WHOM (Dengan Siapa)**

(*Audiences of political communication*)

- *Public Opinion (Mass, Publik, Popular Expressions)*
- *The Distribution of Public Opinion (The one, the few, the many)* --- Siapa yang diajak bicara oleh komunikator.

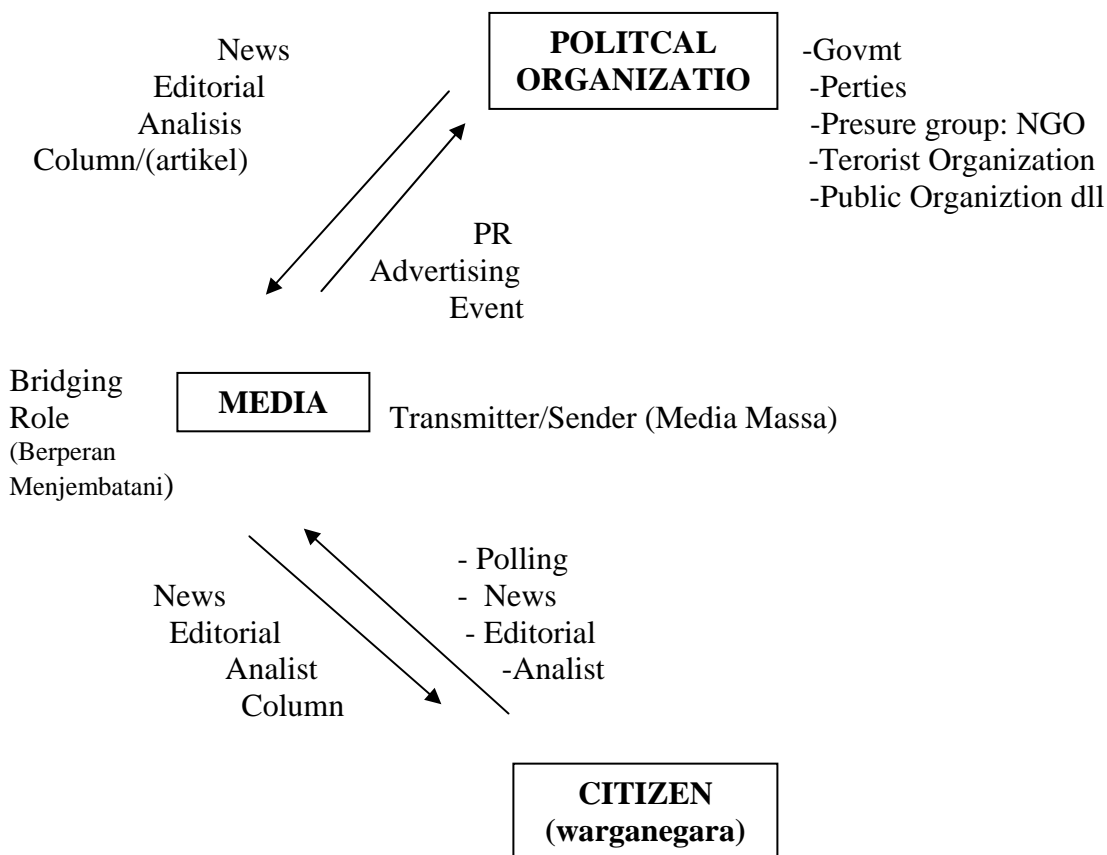
### **WITH WHAT EFFECT (Dengan akibat-akibat apa)**

(*Consequences of political communications*)

- *Learning about Politics (Consequences of Socializing Communications)* --- Mis: Apakah kebijakan pemerintah apakah sampai kemasyarakatan, diterima atau tidak.
- *Participation in Politics (Consequences of Politicizing Communication)* --- Dapat memperkuat/memperlemah kebijakan. Mis: Ketika ada program BLT sebagai kompensasi kenaikan BBM, apakah hal tsb mendidik rakyat/ tidak??
- *Influencing Voting (Consequences of Electoral Communications)* --- Mis: Apakah sikap/ kebijakan2/Keputusan2 SBY saat ini akan membawa pengaruh pada pemilihan beliau th 2009 nanti?
- *Influencing officials (Consequences of Polic /political Communications)*  
Mis: Bagaimana efek kebijakan pusat terhadap pejabat daerah juga rakyatnya.

**BRIAN MCNAIIR**

- Kajian politiknya lebih simple dari Dan Nimmo, prinsipnya adalah **HOW TO CONVINCCE PEOPLE** (*bagaimana meyakinkan orang*)
- Semua wacana politiknya, masuk kategori kajian wilayah politik.



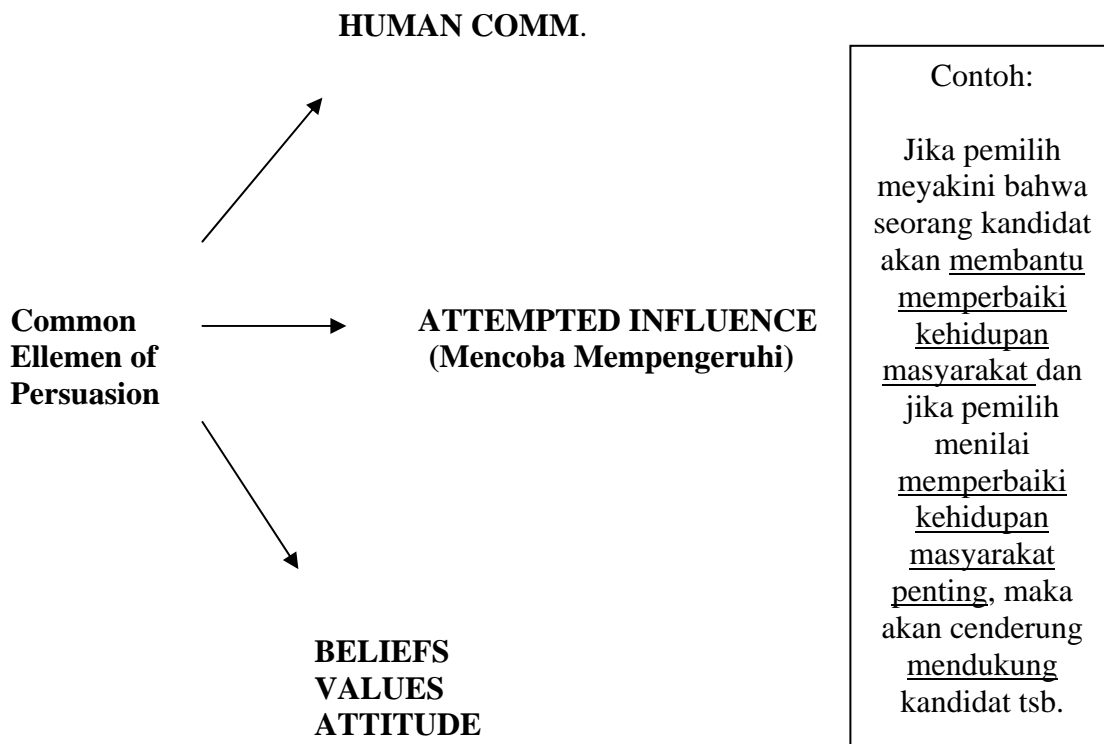
**Menurut McNair;**

- Dalam komunikasi Politik, MEDIA memegang peran penting
- Unsur persuasi ada di wilayah "Political Organization"

Komunikasi: *HUMAN can do influence other and modifying belief, values and attitude.*

## HERBERT W. SIMON

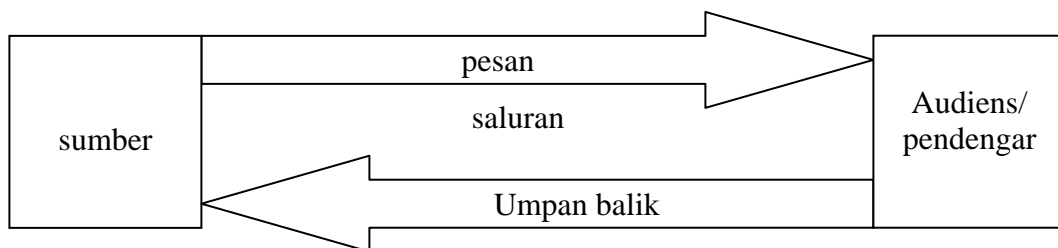
- Komunikasi politik adalah human communications to influence others and modifying beliefs, values and attitude.
- Menggunakan Paradigma cases --- contoh: Bagaimana Caleg meyakinka pemilih/audien bahwa di pantas untuk dipilih.





## Karl W. Deutsch

Komunikasi politik adalah transmisi informasi yang relevan secara politis dari suatu bagian sistem politik kepada sistem politik yang lain, dan antara sistem sosial dan sistem politik- merupakan unsur yang dinamis dari suatu sistem politik<sup>3</sup>, dan proses sosialisasi, partisipasi, dan perekrutan tergantung pada komunikasi. Pengetahuan, nilai-nilai dan sikap-sikap adalah fundamental bagi ketiga hal tadi, karena semuanya menentukan membentuk aktivitas politik individu yang bersangkutan. Unsur suatu sistem komunikasi diperlihatkan dalam Gambar dibawah ini, yang terdiri dari: sumber (pesan, atau informasi), pesan, penerima informasi (*audiens*) dan suatu proses yang dikenal sebagai umpan balik.



Model komunikasi Politik sederhana

Jadi dalam sistem komunikasi politik, sumber yang tipikal mungkin adalah seorang calon untuk pemilihan bagi suatu jabatan politik; pesannya akan merupakan serangkaian usulan politik; salurannya berupa siaran Televisi; pendengarnya adalah anggota kelompok pemilih yang kebetulan memperhatikan siaran; umpan baliknya adalah persetujuan atau ketidak setujuan terhadap usulan-usulan tersebut.

---

<sup>3</sup> Karl W. Deutsch dalam Rush Michael dan Phillip Althoff Pengantar Sosiologi Politik (2007)