

PERSUASI POLITIK

Pace, Peterson dan Burnett (1979) (dalam Venus 2007:30) mendefinisikan pesuasi sebagai tindakan komunikasi yang bertujuan untuk membuat komunikan mengadopsi pandangan komunikator mengenai suatu hal atau melakukan suatu tindakan tertentu.

Pada dasarnya setiap kegiatan persuasi selalu ditandai oleh empat hal: (1) melibatkan sekurang-kurangnya melibatkan 2 pihak, (2) ada tindakan secara sengaja mempengaruhi, (3) adanya pertukaran/transaksi pesan persuasif, (4) adanya kesukarelaan menerima atau menolak gagasan yg ditawarkan

PERSUASI POLITIK SEBAGAI RETORIKA

Retorika adalah seni berbicara yang dilakukan seorang komunikator dengan cara menggabungkan antara kekuatan ingatan (logika), perasaan (emosi) dan “harga diri” (kredibilitas) sang komunikator. Retorika disebut-sebut sebagai awal lahirnya Ilmu Komunikasi.

Retorika, kata Aristoteles adalah *segala upaya yang bertujuan untuk persuasi*. Menurutnya, retorika mengandung tiga unsur: Ethos, Pathos, dan Logos, dengan uraian sebagai berikut:

Ethos	Pathos	Logos
Kredibilitas sumber	Hal yang menyangkut emosi/perasaan	Hal yang menyangkut fakta

PERSUASI POLITIK SEBAGAI AGITASI

Agitasi Politik, dari bahasa latin *Agitare* artinya bergerak atau menggerakkan, dalam bahasa Inggris *agitation*. Menurut Harbert Blumer agitasi beroperasi untuk membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak. Dimulai dengan cara membuat kotradiksi dalam masyarakat dan menggerakkan khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang dialami selama ini (penuh ketidakpastian dan penuh penderitaan) dengan tujuan menimbulkan kegelisahan di kalangan massa. Orang yang melakukan agitasi disebut agitator yang oleh Nepheus Smith disebut sebagai orang yang berusaha menimbulkan ketidakpuasan, kegelisahan atau pemberontakan orang lain. khalayak dengan ucapan dan tulisannya.

PERSUASI POLITIK SEBAGAI PROPAGANDA

Propaganda, berasal dari kata latin *propagare* (menanamkan tunas suatu tanaman) yang pada awalnya sebagai bentuk kegiatan penyebaran agama khatolik Pada Tahun 1822 Paus Gregorius XV membentuk suatu komisi kardinal yang bernama *Congregatio de Propaganda Fide* untuk menumbuhkan keimanan kristiani diantara bangsa-bangsa. Propagandis adalah orang yang melakukan propaganda yang mampu menjangkau khalayak kolektif lebih besar, biasanya dilakukan oleh politikus atau kader partai politik yang memiliki kemampuan dalam melakukan sugesti kepada khalayak dan menciptakan suasana yang mudah terkena sugesti (*suggestivitas*). Di negara demokratis menurut W. Dobb dipahami sebagai suatu usaha individu atau kelompok yang berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok individu lainnya dengan menggunakan sugesti. Sedangkan Harbert Blumer, suatu kampanye politik dengan sengaja mengajak, mempengaruhi guna menerima suatu pandangan, sentimen atau nilai.

PERSUASI POLITIK SEBAGAI KAMPANYE

Kampanye Politik, adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan orang atau kelompok (organisasi) dalam waktu tertentu untuk memperoleh dan memperkuat dukungan politik dari rakyat atau pemilih. Menurut Rogers dan Storey (1987) (dalam Venus, 2004 : 7) merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Sehingga berbeda dengan propaganda, dimana kampanye cirinya sumber yang melakukannya selalu jelas, waktu pelaksanaan terikat dan dibatasi, sifat gagasan terbuka untuk diperdebatkan khalayak, tujuannya tegas, variatif serta spesifik, modus penerimaan pesan sukarela dan persuasi, modus tindakannya diatur kaidah dan kode etikanya, sifat kepentingan mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak.

PERBEDAAN KAMPANYE & PROPAGANDA

ASPEK	KAMPANYE	PROPAGANDA
sumber	jelas	Samara-samar
waktu	Terikat & dibatasi	Tidak terikat waktu
Sifat gagasan	Tertutup & dianggap sudah mutlak benar	Tertutup & dianggap sudah mutlak benar
Tujuan	Tegas, spesifik & variatif	Umum & ditunjukkan mengubah system kepercayaan
Modus penerimaan pesan	Kesukarelaan/persuasif	Paksaan/koersi
Modus tindakan	Diatur kode bertindak/etika	Tanpa aturan etis
Sifat kepentingan	Mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak	Kepentingan sepihak

PERSUASI POLITIK SEBAGAI PERIKLANAN

Periklanan Politik: Suatu mekanisme konvergensi

Karakteristik periklanan ini, yang beroperasi sebagai komunikasi satu kepada banyak terhadap individu-individu didalam suatu massa yang heterogen, dan bukan sebagai anggota kelompok yang agak homogen. Periklanan politik termasuk kedalam periklanan non komersial. Para pengiklan politik menaruh minat terhadap karakteristik anggota-anggota khalayak karena dua alasan: (1) ada kemungkinan bahwa pola komunikasi dipengaruhi demografi; artinya orang berbeda-beda dalam: kebiasaan menonton TV karena usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, dan sebagainya. (2) para pengiklan politik mengandalkan para pemuka pendapat, jenis individu bagaimana didalam massa yang sekali-sekali mengikutu nasihat orang lain adalah bahan pertimbangan yang penting dalam iklan politik. Maka dari itu iklan politik memusatkan perhatiannya pada pengidentifikasian partisan yang lemah dan orang-orang independen (massa mengambang, meliputi pemilih pemula dll)

