

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan para penggunanya merepresentasikan dirinya maupun untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Setidaknya terdapat enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni: media jejaring sosial (social networking), jurnal online (blog), jurnal online sederhana atau mikroblog (microblogging), media berbagi (media sharing), penanda sosial (social bookmarking), media konten bersama atau Wiki. Pembagian jenis media sosial ke dalam kategori ini merupakan cara untuk mengetahui bagaimana jenis media sosial tersebut.

Media sosial dinilai mampu menghadirkan cara berkomunikasi baru dengan teknologi yang jauh berbeda dari media tradisional. Berbagai media komunikasi dunia “cyber” ini membentuk jaringan komunikasi yang kaya tanpa batasan ruang dan waktu. Kemudian seiring perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, bahkan strategi pemasaran pun mulai beralih menjadi konten marketing. Berbagai peran media sosial pun dijalankan, salah satunya adalah sebagai sarana menebarkan konten yang “*eye catching*”. Tidak hanya konten berupa artikel, namun video, podcast (konten audio), e-book, dan sebagainya juga disebar pada web blog atau situs resmi dan jejaring sosial. Jika media sosial diarahkan ke situs atau blog, kemudian situs tersebut mempersuasi pengunjung untuk menyebarkannya di

berbagai jejaring sosial, maka hal itu dapat meningkatkan visibilitas konten. Kemunculan media sosial sebenarnya tidak jauh berbeda dengan kemunculan dan cara kerja dari sebuah komputer. Tiga hal yang terjadi, seperti pengenalan, komunikasi, dan kerja sama bisa dianalogikan dengan bagaimana komputer bekerja membentuk sebuah sistem per sistem. Bentuk-bentuk itu merupakan lapisan dimana lapisan pertama menjadi dasar untuk terbentuknya lapisan lain, pengenalan pada dasarnya merupakan dasar untuk berkomunikasi dan komunikasi merupakan dasar untuk melakukan kerja sama (Nasrullah, 2015). Sedangkan menurut Heryanto (2019), banyak orang yang tidak memperhatikan bahwa media sosial adalah tempat pertukaran pesan yang bersifat *one-to-many* (dari satu ke banyak orang) bahkan *many-to-many* (dari banyak orang ke banyak orang). Ketika status atau sebuah narasi muncul pada timeline sebuah akun media sosial, maka pada saat itu pula warga dunia maya (*netizen*) mampu mengaksesnya. Banyak warga yang bahkan tak peduli pula dengan status-statusnya yang berpotensi melanggar hukum. Banyaknya status yang berpotensi melanggar hukum juga tidak disikapi secara dewasa oleh kelompok yang meresponnya. Tak jarang terjadi pula sebuah perbedaan pendapat yang tidak memperhatikan nilai atau etika. Hal yang perlu digarisbawahi dari perkembangan internet kini bahwa media baru ini telah pindah dari sekadar media berbasis *read-only-web* (era web 1.0), menjadi *participatory web* (era web 2.0) dimana sifatnya telah menjadi *user generated content* atau yang artinya publik sendiri yang mengkreasi konten. Biasanya dari situ pula akan muncul sebuah fenomena media sosial atau *citizen media* yang justru mampu melibatkan lebih banyak partisipan. Hal ini lantas akan membuat internet semakin mempunyai peran

tersendiri yang cukup penting dan unik dalam dinamika komunikasi politik modern (Heryanto, 2019).

Menurut Andriadi (2017), evolusi teknologi komunikasi dan informasi telah menciptakan evolusi di dunia politik. Terutama terhadap praktik demokrasi. Di setiap era, praktik demokrasi mengalami perubahan seiring dengan perubahan inovasi teknologi komunikasi dan informasi. Pada era teknologi radio, para politisi menggunakannya sebagai alat kampanye. Publik juga memanfaatkan radio sebagai sarana partisipasi politik. Internet mengatasi kelemahan teknologi era sebelumnya yang hanya satu arah diubah menjadi dua arah (interaktif). Dengan teknologi digital, internet membuat proses komunikasi bisa dilakukan secara interaktif. Dua orang bisa bercakap-cakap seakan seperti berhadaphadapan, padahal berada di dua lokasi yang berjauhan. Sisi interaktifitas inilah yang membuat internet kompatibel dengan demokrasi.

Di negara-negara demokrasi biasanya dianggap bahwa lebih banyak partisipasi masyarakat, maka lebih baik. Anggota masyarakat yang turut berpartisipasi dalam proses politik, misalnya dengan memberikan suara atau kegiatan lain, terdorong oleh keyakinan bahwa melalui kegiatan bersama tersebut, maka kepentingan mereka akan tersalur atau sekurang-kurangnya diperhatikan, dan keyakinan bahwa tindakan tersebut dapat memberikan pengaruh pada pihak yang berwenang untuk membuat sebuah keputusan. Dengan kata lain, mereka percaya bahwa kegiatan mereka mempunyai efek politik (Budiardjo, 2017). Media sosial mulai digunakan secara intensif dalam aspek politik memiliki konteks yang lebih spesifik. Oleh publik, media sosial dijadikan sebagai media baru untuk mengekspresikan

partisipasi politik, sementara bagi para politisi sendiri media sosial menjadi sarana baru dalam menjalin komunikasi, membangun interaksi, dan menyebarkan informasi politis kepada publik (Andriadi, 2017). Media sosial memberikan keleluasaan penuh kepada setiap warga negara untuk mengaktualisasikan partisipasi politiknya. Andriadi (2017) juga menjelaskan bahwa media sosial memberikan ruang alternatif bagi publik untuk mengekspresikan partisipasi politiknya. Salah satu yang paling korelatif dengan fakta ini adalah generasi muda yang memang merupakan segmen sosial paling akrab dengan media sosial. Selain itu, media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap perubahan pemilih di detik terakhir menjelang pencoblosan surat suara calon politisi. Misalnya, yang dilakukan relawan media sosial pasangan Jokowi-Kalla dengan membentuk tim pemantau hasil pemilu dan mengawal surat suara. Relawan pasangan Jokowi-Kalla memanfaatkan media sosial secara optimal untuk melakukan pemantauan dan pengawasan terhadap proses penghitungan suara, sehingga berjalan secara objektif. Ini pembuktian bahwa media sosial memiliki potensi yang besar untuk dimanfaatkan dalam politik praktis. Fenomena dan indikasi yang menunjukkan semakin strategisnya peran media sosial dalam demokrasi di Tanah Air semakin kuat. Peran media sosial akan semakin penting dalam politik. Pelaku politik yang tidak membaca indikasi ini akan kehilangan momentum masa depan demokrasi Indonesia di era digital nanti. Mereka akan tenggelam dalam “lumpur” konvensionalitas politik, hilang ditelan zaman. Tapi jika memanfaatkan teknologi digital, salah satunya media sosial, eksistensi politiknya akan semakin kuat, bisa diterima generasi muda dan pemilih pemula (Andriadi, 2017).

Terdapat beberapa faktor yang menjadikan sebuah pengaruh media social dalam politik sebagai komunikasi politik yaitu pertama, media sosial menjadi media yang lahir karena merupakan sebuah inovasi baru yang mampu menawarkan komunikasi 2 arah dan wadah untuk mencari sebuah informasi yang tidak dapat dikendalikan oleh siapapun. Kedua, Negara Indonesia pun menjadi terpengaruh oleh adanya sebuah dinamisasi dari penggunaan internet ataupun media sosial yang terjadi di seluruh dunia. Ketiga, pertumbuhan internet yang pesat di Indonesia tiap hari dan tahunnya terus menerus mengalami peningkatan. Media sosial mulai digunakan secara intensif, dalam aspek politik yang memiliki konteks lebih spesifik. Oleh publik sendiri, media sosial ini dijadikan sebagai medium baru untuk mengekspresikan partisipasi politik, sementara bagi sementara bagi para politisi sendiri media sosial menjadi sarana baru dalam menjalin komunikasi, membangun interaksi, dan menyebarkan informasi politis kepada publik (Andriadi, 2017). Selain itu, media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap perubahan pemilih di detik terakhir menjelang pencoblosan surat suara calon politisi. Menurut Samuel dan Brian (2005) politik online tidak dibatasi oleh faktor-faktor yang membatasi politik konvensional termasuk jenis kelamin tidak bisa dianggap faktor yang memengaruhi dalam politik online.

Dapat dikatakan hadirnya media sosial ke dalam dunia politik membawa tantangan tersendiri karena harus mengikuti perkembangan tiap zamannya dan menyesuaikan dengan gaya kaum milenial, berikut adalah beberapa fungsi dari media sosial dalam politik yaitu membantu proses komunikasi politik, memudahkan calon kandidat memulai berkomunikasi secara virtual yang tujuannya

agar dapat lebih dekat dengan masyarakat dan membuat pesan yang disampaikan lebih jelas sehingga akan menjadi lebih efektif dan secara tidak langsung menjadi sebuah proses untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat atau public menjadi lebih mudah. Ketika masyarakat sudah merasa lebih dekat dengan calon kandidat, dengan kegiatan yang positif maka calon tersebut akan terus mendapatkan dukungan. Maka dari itu, sangat penting untuk membangun komunikasi dengan terarah dan efektif. Ketika sudah memasuki dunia perpolitikan tidak perlu untuk merasa canggung bagaimana cara untuk menjalin komunikasi dengan para followers di media sosial. Kedua, membantu proses pemilihan dengan mudah karena zaman dulu masih banyak orang yang bingung ketika akan memilih calon kandidat pada saat pemilihan. Nah, biasanya masyarakat akan mengikuti pilihan orang lain yang dirasa terkenal baik dimata masyarakat walaupun tidak merasakan langsung. Berbeda dengan sekarang yang dimana masyarakat ini bisa menentukan pilihan hanya dengan melalui media sosial saja. Karena media sosial memberikan informasi dan pengetahuan secara cepat sehingga masyarakat bisa menilainya melalui konten, postingan, personal branding ataupun talk show dari setiap kandidat. Ketiga, membangun nuansa politik yang kondusif. Jika masyarakat mampu menggunakan media sosial dengan baik ke arah positif maka akan tercipta lingkungan yang kondusif. Sangat disayangkan masih banyak oknum yang membuat berita hoax yang berusaha mempengaruhi masyarakat, sehingga membuat masyarakat yang terpengaruh berkoar dan menyebarkan fitnah. Hal inilah yang membuat lingkungan politik dirasa tidak kondusif, apabila masyarakat tau mana berita hoax dan mana yang bukan, maka lingkungan yang kondusif pun akan

tercipta. Keempat, sebagai sarana menyalurkan pendapat dengan mudah. Jika zaman dulu, untuk mengeluarkan apresiasi terasa sulit karena tidak didengar, sekarang menggunakan media sosial terasa lebih mudah. Masyarakat bisa menyalurkan pendapatnya secara langsung ke akun sosial media calon kandidat. Atau bisa juga dilakukan saat calon tersebut menyediakan kolom atau wadah, seperti kolom komentar atau saat siaran langsung. Tentunya cara ini akan membuat hubungan dengan masyarakat terasa lebih dekat. dari sisi calon kandidat, mereka juga bebas mengeluarkan personality, visi dan misi, serta keinginannya terhadap wilayah atau negara. Dari sinilah masyarakat bisa menilai apakah keinginan tersebut sesuai dengan keinginan masyarakat atau tidaknya. Cara ini tentunya juga secara tidak langsung membuat penilaian dan pembentukan opini publik. cara ini bisa menghubungkan masyarakat dengan calon kandidat itu sendiri. Jadi, saat calon mengungkapkan harapan dan keinginannya, masyarakat bisa memberikan saran. Atau bisa juga memberikan kritik jika harapan tersebut terbilang terlalu muluk. Dengan begitu, harapan calon dengan masyarakat bisa lebih menyatu dan terealisasikan.

2.1.2 Komunikasi Politik

Pengertian Komunikasi Politik Menurut Nimmo, Politik berasal dari kata polis yang berarti negara, kota, yaitu secara totalitas merupakan kesatuan antara negara (kota) dan masyarakatnya. Kata polis ini berkembang menjadi politicos yang artinya kewarganegaraan. Dari kata politicos menjadi politera yang berarti hak hak kewarganegaraan. Menurut Gabriel Almond (1960) : "komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik. "All of the functions

performed in the political system, political socialisation and recruitment, interest articulation, interest aggregation, rule making, rule application, and rule adjudication, are performed by means of communication."

Definisi Komunikasi Politik Secara definitif, ada beberapa pendapat sarjana politik, diantaranya Nimmo, mengartikan politik sebagai kegiatan orang secara kolektif yang mengatur perbuatan mereka di dalam kondisi konflik sosial. Dalam berbagai hal orang berbeda satu sama lain jasmani, bakat, emosi, kebutuhan, cita - cita, inisiatif, perilaku, dan sebagainya. Lebih lanjut Nimmo menjelaskan, kadang-kadang perbedaan ini merangsang argumen, perselisihan, dan percekocokan. Jika mereka menganggap perselisihan itu serius, perhatian mereka dengan memperkenalkan masalah yang bertentangan itu, dan selesaikan; inilah kegiatan politik. Bagi Lasswell, politik ialah siapa memperoleh apa, kapan, dan bagaimana caranya (who gets what, when, how). Selain itu, politik juga dipahami sebagai pembagian nilai-nilai oleh orang-orang yang berwenang, kekuasaan, dan pemegang kekuasaan. Mengenai komunikasi politik ini (political communication) Kantaprawira, memfokuskan pada kegunaanya, yaitu untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intra golongan, institusi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor kehidupan politik pemerintah. Dengan demikian segala pola pemikiran, ide atau upaya untuk mencapai pengaruh, hanya dengan komunikasi dapat tercapainya segala sesuatu yang diharapkan, karena pada hakikatnya segala pikiran atau ide dan kebijakan (policy) harus ada yang menyampaikan dan ada yang menerimanya, proses tersebut adalah proses komunikasi.

Dilihat dari tujuan politik, maka hakikat komunikasi politik adalah upaya kelompok manusia yang mempunyai orientasi pemikiran politik atau ideology tertentu dalam rangka menguasai dan atau memperoleh kekuasaan, dengan kekuatan mana tujuan pemikiran politik dan ideology tersebut dapat diwujudkan. Lasswell, memandang orientasi komunikasi politik telah menjadikan dua hal sangat jelas: pertama, bahwa komunikasi politik selalu berorientasi pada nilai atau berusaha mencapai tujuan; nilai-nilai dan tujuan itu sendiri dibentuk di dalam dan oleh proses perilaku yang sesungguhnya merupakan suatu bagian; dan kedua, bahwa komunikasi politik bertujuan menjangkau masa depan dan bersifat mengantisipasi serta berhubungan dengan masa lampau dan senantiasa memperhatikan kejadian masa lalu. Seperti yang pernah dikemukakan oleh banyak ahli, terutama Harold D Laswell dengan formula "Who says what, in which channel, to whom, with what effect", komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari sumber komunikasi kepada penerima, yang berlangsung bisa menggunakan saluran (medium) maupun secara bertatap muka. Umpan balik sebagai balikan atas pesan yang telah diterima oleh penerima dalam proses komunikasi tersebut sangat berguna untuk menilai bagaimana akibat yang terjadi dari proses komunikasi. Komponen-komponen komunikasi tersebut merupakan basis bagi terjadinya proses komunikasi politik dalam suatu masyarakat. Untuk memperjelas pemahaman berikutnya tentang komunikasi politik, Alwi Dahlan mengemukakan bahwa, sebagai bidang kajian ilmu, komunikasi politik merupakan bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik. Berbasis pada formulasi komunikasi

demikian saja menurut Fagen nampaknya terlalu sederhana, karena alur yang komunikasi politik berjalan satu arah (linier) dari sumber komunikasi sebagai pemrakarsa kepada orang lain sebagai penerimanya. Namun demikian agar memenuhi tujuan, rumusan tersebut perlu dimodifikasi. Tanpa ada teori politik umum yang didasarkan pada komunikasi, akan muncul kesulitan bagi “suatu pendekatan untuk studi politik”, suatu pendekatan di mana komunikasi sebagai suatu proses menjadi inti pemahaman, sehingga secara hipotetik nampak berkembang. Fagen menambah usulan bahwa untuk kepentingan penelitian terdapat 3 hal yang penting:

- a. Komunikasi sebagai proses mengisi politik sebagai suatu kegiatan.
- b. Apabila hal-hal itu tidak jelas benar, maka dapat digambarkan beberapa aspek kehidupan politik sesuai tipe-tipe komunikasi.
- c. Karena proses komunikasi memiliki kemampuan mengisi dan elastis dari perbendaharaan konsep ilmu politik, maka ada suatu literatur yang mungkin relevan bagi studi politik dan komunikasi.

Sebagai tambahan Kaid mengemukakan tak satupun konsep tentang komunikasi politik bisa diterima secara luas, tetapi kecuali apa yang disampaikan Chaffe yang secara sederhana menyampaikan bahwa komunikasi politik adalah “peranan komunikasi dalam proses politik”.

Berkaitan dengan peran komunikasi dalam proses politik itu menjelaskan dengan gamblang menggunakan contoh: setelah menerima informasi dari berbagai pihak, mereka yang bertugas melaksanakan fungsi legislatif membuat UU yang dianggap perlu dan relevan, yang kemudian dikomunikasikan kepada yang

berwenang (eksekutif dengan aparatnya) untuk melaksanakannya. Proses pelaksanaannya dikomunikasikan kepada masyarakat dan dinilai oleh masyarakat, penilaian itu kemudian dikomunikasikan lagi. Dalam seluruh proses komunikasi politik ini media massa, baik cetak maupun elektronika, memainkan peranan penting, di samping bentuk-bentuk komunikasi lain seperti bertatap muka, suratmenyurat, media tradisional, keluarga, organisasi, pergaulan.

Berkaitan dengan peran komunikasi politik dalam memelihara dan meningkatkan kualitas kehandalan suatu sistem politik yang sudah mapan, maka ia berperan memelihara dan mengembangkan budaya politik yang sudah menjadi landasan sistem itu. Oleh karena itu “komunikasi politik berperan mentransmisikan nilai-nilai budaya politik yang bersumber dari pandangan hidup atau ideologi bersama masyarakatnya kepada generasi penerusnya dan memperkuat proses pembudayannya dalam diri generasi yang lebih tua. Jadi, budaya politik itu terpelihara dengan baik, bahkan mungkin berakar dan terus berkembang dari satu generasi ke generasi berikutnya. Komunikasi politik yang ada menjadi bagian integral dari budaya politik tersebut.

2.1.2.1 Unsur- Unsur Komunikasi Politik

Proses komunikasi politik sama dengan proses komunikasi pada umumnya (komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia) komunikasi politik sebagai body of knowledge juga terdiri atas berbagai unsur, yakni :

a. Komunikator Politik

Komunikasi politik tidak hanya menyangkut partai politik, melainkan juga lembaga pemerintahan legislative dan eksekutif. Dengan demikian, sumber

atau komunikator politik adalah mereka-mereka yang dapat memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik misalnya presiden, menteri, anggota DPR, MPR, KPU, gubernur, bupati/walikota, politisi, fungsionaris partai politik, fungsionaris Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan kelompok-kelompok penekan dalam masyarakat yang bias mempengaruhi jalannya pemerintahan.

b. Pesan Politik

Ialah pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non verbal. Tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. Misalnya pidato politik, undang-undang kepartaian, undang-undang pemilu, pernyataan politik, artikel atau isi buku/brosur dan berita surat kabar, radio, televisi dan internet yang berisi ulasan politik dan pemerintahan, spanduk atau baliho, iklan politik, propaganda, makna logo, warna baju atau bendera dan sebagainya.

c. Saluran atau Media Politik

Saluran atau media politik ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Misalnya media cetak, yaitu surat kabar, tabloid, majalah. Media elektronik, misalnya film, radio, televisi, komputer, internet. Media format kecil, misalnya leaflet, brosur, selebaran, stiker, bulletin. Media luar ruang (*out door media*), misalnya baliho, spanduk, reklame, bendera, jumbai, pin, logo, topi, rompi, kaos oblong, kalender, blok note dan segala sesuatunya yang biasa digunakan untuk

membangun citra (*image building*).

d. Sasaran atau Target Politik

Sasaran adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk pemberian suara kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum. Mereka adalah pengusaha, pegawai negeri, buruh, perempuan, ibu rumah tangga, pedagang kaki lima, mahasiswa, petani, yang berhak memilih maupun pelajar dan siswa yang akan memilih setelah cukup usia.

e. Pengaruh atau Efek Komunikasi Politik

Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap system pemerintahan dan partai-partai politik, dimana nuansanya akan bermuara pada pemberian suara dalam pemilihan umum. Pemberian suara sangat menentukan terpilih tidaknya seorang kandidat untuk posisi mulai tingkat presiden dan wakil presiden, anggota DPR, MPR, gubernur, dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, walikota dan wakil walikota sampai pada tingkat DPRD.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi Politik

Komunikasi politik bukanlah fungsi yang berdiri sendiri, akan tetapi merupakan proses penyampaian pesan-pesanyang terjadi pada saat ketujuh fungsi lainnya di jalankan. Ketujuh fungsi tersebut adalah :

a. Sosialisasi politik (*Socialization Political*)

Adalah suatu proses yang dilalui seseorang dalam memperoleh sikap dan orientasi terhadap fenomena politik yang ada dalam masyarakat tempat orang itu berada.

b. Rekrutmen politik (*Recruitment*)

Merupakan fungsi penyeleksian untuk kegiatan politik dan jabatan pemerintah melalui penampilan dalam media komunikasi, menjadi anggota organisasi, mencalonkan diri untuk jabatan tertentu. Ada tiga tahapan, mempengaruhi orang lain untuk menjadi kader, membina loyalitas kader dan memproyeksikan kader untuk terlibat dan intensif mewakili organisasi di dalam jabatan-jabatan politik.

c. Artikulasi Kepentingan (*Interest Articulation*)

Proses yang mengolah aspirasi masyarakat yang bercorak ragam yang disaring dan dirumuskan dalam bentuk rumusan yang teratur.

d. Agregasi Kepentingan (*Interest Agregations*)

Merupakan fungsi yang menggabungkan berbagai kepentingan yang sama atau hampir sama untuk dituangkan dalam rumusan kebijaksanaan lebih lanjut dengan demikian agregasi kepentingan ini bukan lagi kepentingan orang per orang atau kelompok akan tetapi kepentingan masyarakat.

e. Pembuatan Aturan (*Rule Making*)

Merupakan fungsi yang dijalankan oleh lembaga legeslatif. Untuk menjalankan fungsi ini legeslatif dapat bekerjasama dengan lembaga eksekutif.

f. Penerapan Aturan. (*Rule Application*)

Fungsi ini dijalankan oleh lembaga eksekutif beserta jajaran birokrasinya. Tidak hanya berarti pelaksanaan peraturan sebagai pedoman berperilaku, tetapi juga berarti pembuatan rincian dan pedoman pelaksanaan peraturan.

g. Penghakiman Aturan (*Rule Adjudication*)

Merupakan fungsi untuk menyelesaikan pertikaian atau persengketaan yang menyangkut persoalan peraturan, pelanggaran peraturan dan penegasan fakta-fakta yang perlu untuk mendapatkan keadilan.

Sebagai disiplin ilmu, komunikasi politik menurut McNair memiliki lima fungsi dasar, yakni sebagai berikut.

- a. Memberikan informasi kepada masyarakat apa yang terjadi di sekitarnya. Di sini media komunikasi memiliki fungsi pengamatan dan juga fungsi monitoring apa yang terjadi dalam masyarakat.
- b. Mendidik masyarakat terhadap arti dan signifikansi fakta yang ada. Di sini para jurnalis diharapkan melihat fakta yang ada sehingga berusaha objektif yang bisa mendidik masyarakat atas realitas fakta tersebut.
- c. Menyediakan diri sebagai platform untuk menampung masalah-masalah politik sehingga bisa menjadi wacana dalam membentuk opini public, dan mengembalikan hasil opini itu kepada masyarakat. Dengan cara demikian, bisa memberi arti dan nilai pada usaha penegakkan demokrasi.
- d. Membuat publikasi yang ditujukan kepada pemerintah dan lembaga-lembaga politik. Disini media bisa berfungsi sebagai anjing penjaga (*watchdog*) sebagaimana pernah terjadi dalam kasus mundurnya Nixon sebagai Presiden Amerika karena terlibat dalam kasus Watergate.
- e. Dalam masyarakat yang demokratis, media politik berfungsi sebagai saluran advokasi yang bisa membantu agar kebijakan dan program-program lembaga politik dapat disalurkan kepada media massa.

Jika fungsi komunikasi yang dikemukakan oleh McNair dikombinasikan

dengan fungsi komunikasi yang dibuat oleh Goran Hedebro, komunikasi politik berfungsi untuk :

- a. Memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha-usaha yang dilakukan lembaga politik maupun dalam hubungannya dengan pemerintah dan masyarakat;
- b. Melakukan sosialisasi tentang kebijakan, program, dan tujuan lembaga politik;
- c. Memberi motivasi kepada politisi, fungsionaris, dan pendukung partai;
- d. Menjadi platform yang bisa menampung ide-ide masyarakat sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam bentuk opini publik;
- e. Mendidik masyarakat dengan pemberian informasi, sosialisasi tentang cara-cara pemilihan umum dan penggunaan hak mereka sebagai pemberi suara;
- f. Menjadi hiburan masyarakat sebagai “pesta demokrasi” dengan menampilkan para juru kampanye, artis, dan para komentator atau pengamat politik;
- g. Memupuk integrasi dengan mempertinggi rasa kebangsaan guna menghindari konflik dan ancaman berupa tindakan separatis yang mengancam persatuan nasional;
- h. Menciptakan iklim perubahan dengan mengubah struktur kekuasaan melalui informasi untuk mencari dukungan masyarakat luas terhadap gerakan reformasi dan demokratis;
- i. Meningkatkan aktivitas politik masyarakat melalui siaran berita, agenda

setting, maupun komentar-komentar politik;

- j. Menjadi *watchdog* atau anjing penjaga dalam membantu terciptanya *good governance* yang transparansi dan akuntabilitas;

2.1.2.3 Saluran Komunikasi Politik

Istilah struktur Komunikasi oleh Almond dan Powell (1966), juga diartikan sebagai saluran komunikasi, diantaranya adalah :

- a. Struktur wawamuka (*face-to face*) informal, yaitu : merupakan saluran yang efektif dalam penyampaian pesan-pesan politik. Di samping struktur yang formal dalam sebuah organisasi, selalu terdapat struktur informal yang “membayangi”nya. Saluran ini bersifat bebas dalam arti tidak terikat oleh struktur formal, namun tidak semua orang dapat akses ke saluran ini dalam kadar yang sama.
- b. Struktur sosial tradisional, yaitu sebuah saluran komunikasi yang ditentukan oleh posisi sosial pihak yang berkomunikasi (khalayak atau sumber). Artinya, pada lapis mana yang bersangkutan berkedudukan dan (tentunya akan menentukan pula) akses disusunan sosial masyarakat tersebut.
- c. Struktur masukan (*input*) politik, yaitu : struktur yang memungkinkan terbentuknya / dihasilkannya input bagi sistem politik yang dimaksud. Yang termasuk struktur input adalah serikat pekerja, kelompok-kelompok kepentingan, dan partai politik.
- d. Struktur *output*, yaitu : struktur formal dari pemerintah. Struktur pemerintahan khususnya birokrasi, memungkinkan para pemimpin politik, megkomunikasikan petunjuk bagi pelaksanaan peraturan-peraturan untuk

bermacam pemegang jabatan politik dengan cara yang efisien dan jelas.

- e. Saluran media massa adalah saluran yang penting dalam sebuah komunikasi politik. Media massa selalu mempunyai peranan tertentu dalam menyalurkan pesan, informasi, dan *political content* di tengah masyarakat. Serta sangat terkait akan pembentukan opini publik.

2.1.2.4 Model Komunikasi Politik

Dalam komunikasi politik terdapat tiga model yang digunakan menurut Efriza & Jerry Indrawan (2018), sebagai berikut :

- a. Model Linear

Dalam model komunikasi linier politik dianggap sebagai proses yang bersifat garis lurus satu arah (linier). Maksud dari satu arah adalah dari seorang pengirim kepada seorang penerima; jadi, seorang pembicara hanya berbicara dan tidak pernah mendengar, sementara pendengar hanya mendengar dan tidak pernah mengirimkan pesan. Dalam komunikasi politik, model linier digunakan oleh sumber; dalam hal ini partai politik atau aktor politik, untuk menginformasikan, mendidik, memberikan instruksi, membuat hiburan, atau memengaruhi sasaran, dalam hal ini konstituen atau pemilihnya. Model Laswell sering digunakan dalam kampanye politik yang bersifat monologis (komunikasi satu arah). Dalam komunikasi massa politik, penggunaan saluran media cetak atau elektronik sangat membantu tugas atau aktivitas pemberi pesan. Banyak saluran media massa yang dapat digunakan dalam komunikasi politik, yaitu televisi, radio, surat kabar, tabloid, pamflet, balho, dll. Dalam masa kampanye pemilihan umum, legislatif, presiden dan kepala daerah,

misalnya, partai atau kandidat menginformasikan tentang apa, siapa, dan mengapa agar para konstituen yang sedang mendengar atau menonton terpengaruh; melalui berbagai media massa seperti yang disebut di atas. Kampanye seperti ini bersifat monologis atau satu arah, sehingga isi dan kemasan iklan yang dibuat harus komunikatif agar setiap pesan lapisan masyarakat memahami dan pengaruh terhadap yang disampaikan. Komunikasi massa politik juga dapat dilakukan oleh suatu pihak agar aktor politik sebagai pemimpin opini, khususnya elit politik (legislatif dan eksekutif), mendengar pesan untuk melakukan suatu kebijakan publik.

b. Model Interaksi

Secara sederhana, interaksi dipahami sebagai suatu tindakan timbal balik; bukan tindakan sepihak atau satu arah, tetapi tindakan dua arah. Titik tekan model interaksi ini adalah mencakup adanya feedback.

Jika model linear, seorang pembicara hanya berbicara tidak mendengar sedangkan pendengar hanya mendengar tidak pernah mengirimkan pesan. Sementara model interaktif menyadari bahwa, "penerima" dapat merespons terhadap "pengirim" dan "pengirim" mendengar kepada "penerima," hal itu menunjuk pada model yang juga mencakup adanya feedback. Feedback, dapat berbentuk verbal, nonverbal, atau keduanya, dan bisa disengaja maupun tidak sengaja. Suatu komunikasi politik tidak dipandang sebagai proses stimulasi-respons yang mekanik, tetapi sebaliknya sebagai suatu proses aksi-reaksi yang dinamis yang di antarai oleh adanya interpretasi atau proses pemaknaan dari

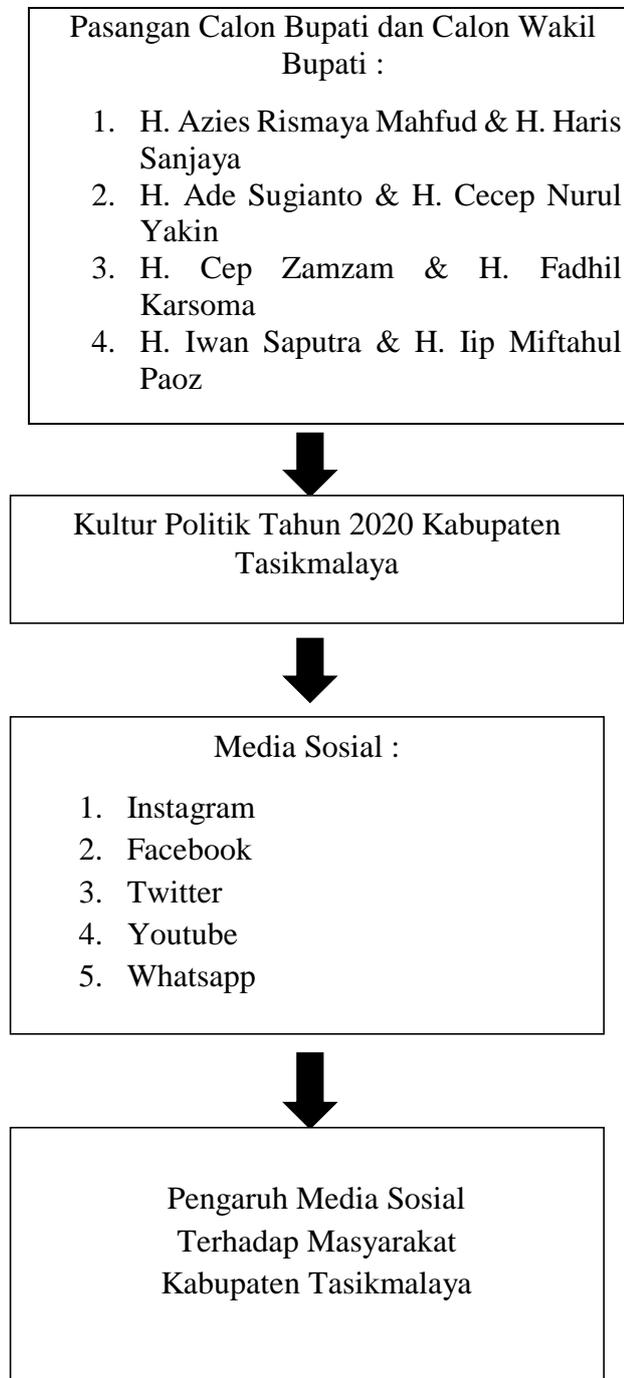
penerima pesan. Komunikasi politik dikatakan berhasil apabila pemahaman makna atau makna yang dikonstruksikan tentang pesan antara sumber (penerima informasi) dan penerima tidak berbeda (sama) dan penerima melakukan sesuatu sesuai dengan harapan sumber.

Proses ini berawal dari pengolahan pesan oleh sumber. Kemudian, pesan tersebut disalurkan melalui media. Pesan yang disampaikan lewat media tersebut diinterpretasikan oleh penerima. Proses interpretasi penerima pesan akan relatif sama dengan apa yang dimaksud oleh sumber, apabila antara sumber dan penerima pesan memiliki latar belakang yang sama. Hasil dari interpretasi atas pesan oleh penerima akan berwujud umpan balik dalam bentuk aksi dan perilaku yang dilakukan oleh penerima

c. Model Transaksional

Transaksional menunjuk pada suatu proses interaksi antara seseorang dengan orang lain. Dengan kata lain, model komunikasi ini terjadi dalam komunikasi antarpersonal oleh dua orang partisipan komunikasi. Dalam transaksi terdapat proses dialogis yaitu, proses bersama dalam pembentukan makna. Dalam model transaksional komunikasi politik, kedua belah pihak aktif saling bertukar pesan dan interpretasi. Artinya, pesan yang disampaikan diinterpretasikan. Hasil interpretasi disampaikan dan menjadi pesan. Proses tersebut berakhir ketika terbentuk suatu pemahaman bersama terhadap suatu pesan.

2.2 Kerangka Pemikiran



Penjelas Kerangka Pemikiran :

1. Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tasikmalaya tahun 2020 ini di ikuti oleh empat pasangan calon Bupati dan calon Wakil Bupati. Nomor urut 1 yaitu H.

Azies Rismaya Mahfud dan H. Haris Sanjaya, Nomor Urut 2 H. Ade Sugianto dan H. Cecep Nurul Yakin, Nomor urut 3 H. Cep Zamzam dan H. Fadhil Karsoma, Dan nomor urut 4 H. Iwan Saputra dan H. Iip Miftahul Paoz.

2. Kultur Politik pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten pada tahun 2020 ini berbeda dengan Pemilihan Kepala Daerah sebelumnya karena dengan kondisi yang berbeda. Kondisi pada era pandemic seperti ini, dengan dibarengi kemajuan teknologi serta internet yang sangat pesat ini membuat penerapan kampanye yang berbeda sebelumnya. Teknologi di era digital saat ini di manfaatkan oleh setiap pasangan calon dan tim sukses untuk berkampanye sehingga meraih popularitan dan elektabilitas pasangan calon akan sangat mudah tersampaikan kepada masyarakat. Teknologi digital ini mudah di akses oleh seluruh masyarakat Kabupaten Tasikmalaya terutama melalui media-media social yang digunakan oleh masyarakat Kabupaten Tasikmalaya..
3. Media social ini terbagi atas 5 aplikasi yang di gunakan oleh para pasangan calon yaitu Facebook, Instagram, Twitter, Youtube dan Whatsapp. Penggunaan ke 5 media social tersebut tentunya di pakai oleh masyarakat setiap harinya bahkan setiap membuka gadget ataupun smartpone mereka akan selalu mengaksesnya setiap hari. Sehingga dalam Pemilihan Kepala Daerah tahun 2020 ini, semua pasangan calon memanfaatkan media social untuk mengkampanyekan visi dan misi kemudian mengenal biografi calon Bupati dan calon Wakil Bupati Kabupaten Tasikmalaya.
4. Dari ketiga kerangka tersebut maka nantinya akan menghasilkan sebuah peranan media social terhadap kultur politik yang ada di era pandemic seperti

ini. Sehingga nantinya bagaimana masyarakat menyikapi dan melakukan interaksi kampanye di media social. Media social sendiri merupakan hal yang tidak bisa di pisahkan lagi di kehidupan masyarakat pada era globalisasi ini.