

Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)

E-ISSN: 2774-2075

Vol. 2 No. 1, Year [2022] Page 2017-2024

Karakteristik dalam Komunikasi Politik Mengemas Pesan Politik

Winda Kustiawan, Ahmad Fauzi, Daffaul Haqqi, M. Saripuddin, Ridho Khairul Imam, Rani Puspita

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Jl. Williem Iskandar Psr. V Percut Sei Tuan – Pancing

Email : windakustiawan@gmail.com fauzigila6003@gmail.com

ranipuspabinjai123@gmail.com

ABSTRACT

Communication can be easily defined either as a process by which a communicator sends a message to a host with or without information leading to a special event. In terms of politics, political communication can be a very valuable thing because it provides and receiving messages. This paper contains about Communication In Packaging Political Messages which include mass channels, interpersonal channels and organizational channels. As for the research method in the form of a qualitative approach using a descriptive method. With keyword Characteristics, Communication, Politics.

ABSTRAK

Komunikasi dapat dengan mudah didefinisikan, salah satunya sebagai proses dimana komunikator mengirimkan pesan ke host dengan atau tanpa informasi yang mengarah ke acara khusus. Dalam hal politik, komunikasi politik dapat menjadi hal yang begitu berharga karena menyediakan akses informasi dan penerimaan pesan kepada warga negara. Tulisan ini berisi tentang bagaimana Karakteristik Komunikasi Politik Dalam

Mengemas Pesan Politik yang meliputi saluran massa, saluran interpersonal dan saluran organisasi. Adapun metode penelitian berupa pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Dengan kata kunci Karakteristik, Komunikasi, Politik.

Kata Kunci : Karakteristik, Komunikasi, Politik

PENDAHULUAN

Komunikasi politik adalah komunikasi dengan media politik atau politisi tentang kekuasaan, pemerintah maupun kebijakan pemerintah. Menurut pemahaman ini komunikasi politik yang berbasis pada ilmu pengetahuan bukanlah hal baru. Komunikasi politik juga dapat dipahami sebagai komunikasi antara “dominasi” dan “dominasi”. Komunikasi dapat dengan mudah didefinisikan sebagai proses dimana komunikator mengirimkan pesan ke host dengan atau tanpa informasi yang mengarah ke acara khusus. Komunikasi dalam bidang hukum diartikan hanya sebagai hanyalah konsep atau gagasan ide. Dengan demikian, komunikasi dapat dipahami sebagai fungsi pengiriman suatu gagasan atau pesan dari satu pihak ke pihak lain dalam rangka membentuk suatu kontraksi dari suatu gagasan atau konsep. Pesan dikirim. Thomas M. Scheiwadael dalam Mulyana (2001) berpendapat bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang belajar dan mempromosikan diri sendiri, membangun hubungan dengan orang-orang di sekitarnya, dan menyebabkan orang lain berpikir, merasa, dan bertindak sesuai dengan kebutuhan finansial.

Penerapan komunikasi industrial dalam kehidupan politik di berbagai negara demokrasi telah ada sejak lama. Penasihat dan kandidat memainkan peran kunci dalam pemilihan Senat dan Presiden AS. Merekalah yang mempertimbangkan opini publik, merencanakan rencana strategis dan menentukan posisi kandidat di benak publik. Contoh klasik penggunaan strategi bisnis dan protes dalam pemilihan presiden AS adalah citra tubuh calon presiden Franklin D. Roosevelt sebagai calon penggerak. Tentu saja, ini berbeda dari situasi sebenarnya. Namun, ternyata strategi komunikasi pemasaran que que terbukti efektif. Komentar lebih lanjut tentang Rosevelt diterbitkan oleh Newman (1999: 87-88) sebagai berikut: Sejak awal kampanye Franklin D. Roosevelt, proses bisnis modern telah digunakan untuk menciptakan citra dan menjual ide dalam pemilihan presiden. Tujuan utama dari upaya Roosevelt adalah untuk menciptakan citra seorang pemimpin yang mengemudi. Kontrol gambar saat pemilihan presiden Roosevelt mendorong pemilih untuk bisa berjalan

saat dia kehabisan napas. Pada saat itu, orang Amerika tahu Roosevelt menderita poliomyelitis, tetapi banyak yang tidak tahu bahwa Roosevelt cacat. Beberapa privasi dijaga oleh orang Amerika, termasuk hubungan media, hubungan dengan istrinya, dan kecacatan.¹

Politik diliput oleh media tradisional seperti televisi, radio, surat kabar atau majalah. Jenis komunikasi politik ini terdiri dari pola-pola komunikasi politik yang terjadi dalam satu arah (one way of communication) dan yang lebih penting, menyediakan akses informasi dan penerimaan pesan kepada warga negara.²

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif pada penelitian ini adalah mengenai proses, prinsip dan prosedur yang digunakan sebagai acuan untuk mendeksi masalah dan mencari jawaban.

PEMBAHASAN

Komunikasi Politik

Kata atau istilah komunikasi (dari kata bahasa Inggris “communication”) berasal dari bahasa Latin *Communicare*, secara etimologis atau menurut asal kata, dari kata *Communis*. Kata komunis memiliki arti. 'Berbagi' atau 'bersatu' berarti bertukar dengan tujuan menyatukan atau untuk tujuan yang sama. Komunikasi adalah proses dimana satu orang mengirimkan pesan kepada orang lain untuk menyampaikan atau memodifikasi pikiran orang lain untuk menyampaikan atau memodifikasi perilaku, pikiran atau perilaku. Proses penciptaan konteks untuk suatu konsep atau topik diskusi, baik disengaja atau tidak, dan jenis interaksi ide.³

Menurut Gabriel Almond (1960): Komunikasi politik adalah suatu fungsi dalam suatu sistem politik. Komunikasi politik mencakup, antara lain, banyak hal:

¹ Hamdan Yusuf, “*Urgensi Komunikasi Pemasaran Untuk Partai Politik di Indonesia*,” *Jurnal Mediator* Vol. 2 No. 1 (2001), hlm. 67-68.

² Hasfi Nurul, “*Komunikasi Politik Di Era Digital*,” *Jurnal Ilmu Politik* Vol.10, No.1 (April 2019), h. 94-95.

³ Musa Hubeis Dkk, *Komunikasi Profesional Perangkat Pengembangan Diri* (Bogor: IPB Press, 2012), h. 4

a. komunikasi politik

Komunikator politik adalah orang yang dapat memberikan informasi politik yang berharga. Misalnya, presiden, pimpinan, anggota DPR, politisi dan fraksi berada dalam tekanan yang dapat mengganggu kerja pemerintah.

b. bahasa politik

Wacana politik bersifat lisan dan non-verbal, eksplisit atau tidak sadar, rahasia atau publik, tertulis atau non-publik, yang mengandung konten politik. Misalnya pidato politik, pidato politik, buku, manual, buletin politik, dll.

c. saluran atau media politik

Liputan politik atau media adalah alat atau sarana yang digunakan oleh komunikator untuk menyebarkan informasi politik. Misalnya, media sosial, media elektronik, berita online, sosial, komunikasi dua arah, kelompok yang dilakukan oleh organisasi masyarakat, dll.

d. tujuan atau sasaran

Sasarannya adalah masyarakat yang ingin memberikan dukungan berupa surat suara untuk partai politik atau calon dalam pemilihan umum. Mereka adalah pengusaha, polisi, karyawan, pemuda, wanita, mahasiswa, dll.

e. Pengaruh atau efek Komunikasi Politik

komunikasi politik adalah untuk menciptakan pemahaman tentang hukum federal, partai politik, dan komunitas operasi dari kemitraan politik yang dapat mempengaruhi pemilihan.

Pengertian Komunikasi dalam Para Pakar.

Menurut Louis Forsdale, Berbicara dalam Dialog: Perilaku Manusia dalam Pendidikan oleh Edi Harapan dan Syarwani Akhmad, Komunikasi adalah proses penyampaian simbol-simbol menurut aturan-aturan tertentu. Terstruktur, terpelihara dan berubah.⁴ Sementara itu, William J. Pihak provider yang dikutip oleh Irma Sari M dalam bukunya Communication menyatakan bahwa komunikasi adalah proses mengirim, menerima dan menyampaikan isi pesan dan non pesan.⁵

⁴ Edi Harapan dan Syarwani Akhmad, Komunikasi Antar Pribadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan (Jakarta: Rajawali Press, 2016), h. 2

⁵ Irma Sari M, Berkomunikasi (Yogyakarta: Ktsp, 2010), h. 4

KARAKTERISTIK KOMUNIKASI POLITIK DALAM MENGEMAS PESAN POLITIK

Ada beberapa jenis komunikasi, termasuk komunikasi pribadi. (Hubungan). Menurut para ahli dalam konsep komunikasi personal (personal relation), Baskin dan Aronoff menyebut komunikasi personal sebagai pertukaran, Yosol Iriantara menyatakan dalam sebuah buku berjudul *Interpersonal Communication*. antara mereka yang berusaha membangun makna. Sedangkan menurut Joseph DeVito yang dikutip oleh Edi Harapan dan Syarwani Akhmad dalam bukunya *Communication: Human Behavior in Schools*, mengartikan komunikasi personal ini sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau sekelompok kecil orang itu mungkin mereka yang memiliki sesuatu untuk dikatakan atau dikomentari segera.⁶

Lalu ada jenis komunikasi yang digunakan komunikator dan komunikan dalam komunikasi atau iklan yang hebat. Tan dan Wright dalam Liliweri (2011).

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa.

a. Saluran Massa

Dalam banyak materi pendidikan komunikasi politik, seringkali dikaitkan dengan peran media arus utama dalam proses komunikasi yang dihadapi media. Hal ini mencerminkan preferensi kandidat politik untuk pembentukan kekuatan politik dalam elektoral atau kekuasaan elektoral dan bahasa komunikasi politik. Dalam bukunya *The Impact of Communication on Justice*, Kraus dan Davis menyatakan bahwa konsep komunikasi politik telah digunakan dan diterbitkan sejak tahun 1959, memberikan materi bahwa peristiwa terkini mempengaruhi politik masyarakat. Selain itu, memunculkan pertanyaan tentang peran komunikasi politik dalam kasus politik nyata dalam proses pertukaran dan implementasi kebijakan publik. Di sisi lain, Graber melihat komunikasi politik sebagai proses pendidikan, pengakuan dan pengakuan adat, aturan, norma dan lingkungan yang mempengaruhi kehidupan politik. Sedangkan Dan D. Nimmo dan Keith Sanders dalam bukunya *Handbook of Communication* (1981) membahas masalah komunikasi politik dalam hal politik. Peran media. Dalam konteks komunikasi politik, Dan Nimmo menjelaskan bahwa politik didukung dan disediakan oleh instansi pemerintah di satu sisi dan komunikasi masyarakat bersifat opsional di sisi lain. Pentingnya liputan luas di media politik dijelaskan oleh Reese dan Shoemaker, yang bekerja untuk meliput

⁶ Edi Harapan dan Syarwani Akhmad, *Komunikasi Antar Pribadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi*

peristiwa yang memengaruhi konten media. Menurutnya, banyak faktor yang mempengaruhi isi media, antara lain pengaruh pengguna media (pengiklan atau jurnalis), pengaruh organisasi media, dampak publisitas selanjutnya, dan dampak pemikiran. Data Reese dan Shoemaker adalah "siapa" (menurut klasifikasi Lasswell) atau "kelompok yang memengaruhi konten media" (menurut Reese dan Sheomaker) atau "ahli "berkomunikasi" (apa yang disebut Nimmo sebagai pakar komunikasi). rincian "." ditemukan kurang efektif dibandingkan gangguan lain seperti "siaran", "pendengaran".⁷

b. Saluran interpersonal

Komunikasi pribadi adalah proses pertukaran informasi politik dari satu orang ke orang lain. Investigasi penulis mengungkapkan bahwa dalam pemilihan umum DPRD DKI Jakarta tahun 2004, 2009 dan 2014, beberapa kandidat perempuan saling memilih. Hal ini dinilai lebih efisien dan ekonomis. Pemerintah hanya fokus pada hubungan sosial dan perjuangan politisi publik yang memiliki kesempatan untuk memilih. Ada tiga jenis hubungan tatap muka :

1. Gejala pribadi pemohon (pasangan, kerabat terdekat atau orang penting lainnya) di tempat yang salah.
2. Kontestan menjalin persahabatan dengan penduduk lokal atau selebriti.
3. Kandidat dapat mengunjungi selama perlombaan Mereka mengunjungi setiap rumah di setiap pasak untuk mengambil keuntungan dari kandidat. Itu terjadi pada setiap kandidat.

Komunikasi pribadi kandidat tidak mempengaruhi kemampuan sistem politik untuk mengubah bahasa politik kandidat, yang dapat mempengaruhi perubahan sistem pengukuran kerukunan.⁸

c. Saluran Organisasi

Saluran komunikasi organisasi memberikan karakteristik warga dan hubungan. Tentu saja, dalam politik, ada banyak jenis partisipasi politik, baik yang legal maupun yang ilegal. Berikut adalah arti dari kelompok ilegal: Keluarga, teman, dan rekan kerja semuanya memainkan peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan emosional.

⁷ Nurul Syobah "Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik". Vol : XV. No. 1. 2012

⁸ Hendra Kurnia Pulungan "Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Kepala Daerah Di Sumatera Utara". 2010

Partai politik mencakup berbagai kelompok khusus seperti asosiasi politik dan bisnis, bisnis, kelompok advokasi, hak-hak ibu dan kelompok kebebasan. Proses komunikasi internal memiliki tiga komponen. Pertama, orang membutuhkan informasi untuk membuat keputusan. Kedua, keputusan dan alasan harus diumumkan agar anggota organisasi dapat mengimplementasikannya. Ketiga, ada sarana “dialog organisasi” antara pertemuan sehari-hari di tempat kerja. Ini akan membuat Anda menjadi anggota penting dari budaya secara teratur. Kebutuhan informasi politik bagi kelompok tertentu berbeda karena perbedaan latar belakang, ideologi, agama, atau afiliasi politik yang digunakan. Pada Pilpres 2014, kelompok atau komunitas minoritas dengan mudah dibedakan dalam proses pemilu dan proses komunikasi politik.⁹

KESIMPULAN

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung (secara lisan) maupun tidak langsung (melalui media) proses penyampaian bentuk interaksi gagasan kepada orang lain dan proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan, baik sengaja maupun tidak disengaja. Ada banyak karakteristik dari komunikasi politik antara lain :

1. komunikasi antarpribadi sebagai pertukaran pesan diantara pribadi-pribadi yang bertujuan membangun kesamaan makna.
2. komunikasi massa atau media yang merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu.
3. komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi

DAFTAR PUSTAKA

Edi Harapan dan Syarwani Akhmad,” Komunikasi Antar Pribadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan”

⁹ Umaimah wahid “komunikasi Politik”. 2020.

Hubeis, M, Dkk. 2012. “Komunikasi Profesional Perangkat Pengembangan Diri”. Bogor: IPB Press

Nurul, H. 2019. ”Komunikasi Politik Di Era Digital,” Jurnal Ilmu Politik Vol.10, No.1

Pulungan, Hendra K. 2010. “Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Kepala Daerah Di Sumatera Utara”.

Sari, Irma M. 2010. “Berkomunikasi”. Yogyakarta: Ktsp

Syobah, N. 2012. “Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik”. Vol : XV. No. 1.

Wahid, U. 2020. “komunikasi Politik”.

Yusuf, H. 2001. “Urgensi Komunikasi Pemasaran Untuk Partai Politik di Indonesia,’ Jurnal Mediator Vol. 2 No. 1