

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Komunikasi Politik

Teori komunikasi politik digunakan dalam penelitian ini. Peneliti membicarakan penerapan proses linier atau sistem komunikasi politik. Ini adalah alasan mengapa ini dilakukan. Salah satu cara komunikasi yang ditujukan untuk memastikan sistem politik tetap stabil dan bertahan lama adalah komunikasi politik. Konsep komunikasi politik terdiri dari dua subkonsep: konsep komunikasi dan konsep politik.

Salah satu tujuan dari komunikasi politik adalah untuk menilai bagaimana institusi dan individu sebagai pelaku politik menjalankan fungsi-fungsi politik. Sebagaimana dinyatakan oleh Blumer dan Gurevitch, dari perspektif fungsionalis, konsep sistem komunikasi politik merupakan alat yang heuristik untuk menggambarkan berbagai aktor dan lembaga yang terlibat dalam komunikasi politik dan hubungan yang terjadi di antara mereka (Setyaningsih, 2017).

Komunikasi politik secara keseluruhan tidak dapat dipahami tanpa mengaitkannya dengan dimensi politik beserta segala aspek dan permasalahannya. Sulitnya mendefinisikan komunikasi politik terutama dipengaruhi oleh keragaman perspektif dalam konteks kompleksitas realitas keseharian. Sekalipun komunikasi hanya dipahami sebagai “proses penyampaian pesan”, masih ada pertanyaan apakah komunikasi politik dengan demikian berarti “proses penyampaian pesan politik”.

Politik dalam bahasa Inggris sama dengan *politic* atau ilmu politik dalam bahasa Indonesia. Yunani juga mengenal beberapa istilah yang berkaitan dengan kata politik, seperti *politika* (tentang warga negara), *polities* (warga negara), *polis* (negara kota), dan *politeia* (kewarganegaraan). Interpretasi sebagai kegiatan, termasuk komunikasi, atau sebagai hubungan sosial dalam konteks urusan negara atau publik. Penafsiran seperti itu sejalan dengan pendapat seorang antropolog seperti Smith bahwa politik adalah serangkaian kegiatan yang mengarahkan dan mengatur urusan publik.

Pengertian dan Pendefinisian Komunikasi Politik Secara umum, para ahli teori memandang komunikasi politik dari dua sisi yang berbeda, yaitu komunikasi di satu sisi dan politik di sisi lain, kemudian menggabungkannya dalam satu pengertian. Dalam konteks ini, kita hanya membahas pentingnya politik dan komunikasi politik. 1. Politik Secara etimologis, politik berasal dari kata *polis*, yang dalam bahasa Yunani kuno berarti negara kota. Dalam perkembangannya terdapat beberapa konsep politik. Ada lima pandangan dalam politik:

A. Klasik

Politik adalah usaha warga negara untuk membicarakan dan mewujudkan kebaikan bersama. Aristoteles berpendapat bahwa hal-hal yang mempengaruhi kebaikan bersama memiliki moralitas yang lebih tinggi daripada hal-hal yang mempengaruhi kepentingan pribadi (kelompok masyarakat). Manusia adalah dan telah menjadi makhluk politik. Sifat manusia hidup di polis (negara kota). Kebaikan bersama adalah kebaikan pemerintah, karena lembaga negara dibentuk untuk mewujudkan kebaikan bersama.

B. Kelembagaan

Politik adalah tentang pemerintahan dan administrasi pemerintahan. Gerth dan Wright Mill (Sociological Papers, 1961) mengatakan bahwa Weber mencirikan ruang sebagai berikut:

1. Terdiri dari struktur yang berbeda dengan fungsi yang berbeda seperti posisi dan institusi, dan fungsinya jelas.

2. Kekuatan. Negara memiliki kekuasaan hukum untuk membuat keputusan akhir dan mengikat bagi semua warga negara. Pejabat memiliki wewenang untuk menegakkan keputusan, seperti menjatuhkan hukuman atau mencabut kepemilikan.

3) Hak untuk menggunakan kekuasaan hanya ada di dalam batas negara.

C. Kekuasaan. William Robson (Politics, 1954) mendefinisikan ilmu politik sebagai ilmu yang berkaitan dengan perjuangan untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan, mempengaruhi partai politik lain, atau menentang pelaksanaan kekuasaan. Kekuasaan diartikan sebagai kemampuan untuk mempengaruhi pihak lain agar berpikir dan bertindak sesuai dengan kehendak pengaruh.

D. Konflik politik terkait pencarian dan/atau pelestarian sumber-sumber yang dianggap penting. Paul Conn (Conflict and Decision, 1971) mengatakan bahwa tindakan yang ditujukan untuk mempengaruhi pembuatan dan implementasi kebijakan publik hanyalah upaya untuk mencapai dan/atau mempertahankan nilai. Perjuangan yang keras ini sering kali menimbulkan perselisihan, pertengkaran, persaingan, bahkan konfrontasi fisik antara pihak yang berusaha mendapatkan nilai dan pihak yang berusaha mempertahankan apa yang dimilikinya.

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi Politik

Pada tahun 1960, ada seorang peneliti yang meneliti tentang komunikasi biasa disebut dengan nama David Kenneth berlo ialah yang menemukan istilah smcr yang digunakan untuk membuat gambar atau jenis dari model komunikasi linear yang bermakna suatu hubungan baik antara komunikator kepada komunikan. model komunikasi ini ada 4(empat) jenis komponen utamanya untuk mendukung berjalannya proses komunikasi . Komponen – komponen tersebut yaitu sebagai berikut ini:

A. Pengirim/Sumber (pesan sumber atau pengirim)

pengirim/sumber adalah sumber pesan. Faktor-faktor berikut mempengaruhi komponen ini:

1. Kemampuan komunikasi adalah kemampuan individu, kelompok atau lembaga untuk menyampaikan informasi dalam proses komunikasi. Untuk menciptakan komunikasi lisan yang efektif diperlukan kemampuan yang baik dalam menyampaikan informasi kepada penerima pesan.
2. Informasi adalah informasi yang dimiliki oleh pengirim/sumber tentang pokok pesan, sehingga pesan yang disampaikan memiliki dampak yang lebih besar bagi masyarakat. Semakin dalam Anda mengetahui subjek Anda, semakin efektif komunikator menyampaikan pesannya.
3. Sistem sosial mencakup semua aspek sistem sosial ketika mentransmisikan informasi, seperti nilai, kepercayaan, budaya, agama, dan pemahaman umum tentang masyarakat.

4. Kebudayaan adalah bagian dari latar sosial yang terletak dalam sistem sosial. Perbedaan budaya dapat mempengaruhi proses penerimaan pesan, sehingga sangat penting bagi pengirim atau sumber pesan untuk memahami budaya masyarakat yang dituju oleh komunikasi tersebut.

5. Sikap adalah sikap yang diberikan atau ditunjukkan oleh pengirim atau sumber kepada dirinya sendiri, masyarakatnya, dan lingkungannya, yang dapat mengubah makna dan dampak pesan.

B. Pesan (pesan): Dalam model komunikasi ini, pesan adalah apa yang dikirim oleh pengirim atau sumber kepada orang yang menerimanya. Pesan dapat berupa teks, suara, video, atau media lainnya. Ada sejumlah variabel yang mempengaruhi aspek ini:

1. Isi (*Content*)

Apakah pesan berisi materi yang dimaksudkan untuk mengungkapkan tujuannya.

2. Elemen

Beberapa hal non-verbal seperti bahasa, gerak tubuh, bahasa tubuh dll.

3. Processing

Merupakan cara pengemasan pesan sebelum dikirim ke penerima pesan dan mempengaruhi umpan balik yang diberikan penerima/penerima pesan. Cara yang berlebihan ini tidak disarankan karena dapat mempengaruhi pengiriman pesan selama proses komunikasi.

4. Struktur

Mengacu pada struktur pesan yang baik agar pesan sampai dengan baik kepada penerima/penerima pesan

5. Kode (*code*)

Kode atau format yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang dikirim, misalnya bahasa tubuh, gerak tubuh, musik dan budaya. Kode memungkinkan pengirim/sumber untuk mengirim dan menerima pesan secara bersamaan, tetapi menggunakan kode yang buruk dapat menyebabkan salah tafsir.

C. Saluran (*Communication Channel*)

Saluran adalah saluran komunikasi untuk mentransmisikan atau mengirim pesan selama proses komunikasi. Dalam proses komunikasi secara umum efektivitas saluran komunikasi dapat dilihat melalui panca indra manusia yang dapat digunakan secara bersamaan, yaitu:

1. *To see* (melihat) adalah cara menggunakan indra mata untuk membedakan pesan yang disampaikan. Bisa juga disebut komunikasi visual.
2. Pendengaran adalah cara menggunakan indra pendengaran untuk mendengar/menerima pesan
3. Sentuhan adalah bentuk penerimaan pesan melalui indera raba.
4. Penciuman (ciuman) adalah saluran untuk menerima pesan melalui indra penciuman.
5. Rasa (rasa) adalah saluran melalui mana pesan diterima melalui indera perasa.

D. *Receiver* (penerima pesan)

Penerima pesan atau sering disebut dengan komunikator. Tujuan dari komunikasi media adalah untuk menerima dan memproses pesan yang dibuat atau dikirimkan. Pada komponen ini terdapat faktor yang sama seperti pada sumbernya, yaitu:

1. Keterampilan komunikasi (*communication skill*)

Keterampilan komunikasi adalah kemampuan seseorang, organisasi untuk berkomunikasi, serta menerima dan mengolah pesan selama proses komunikasi. Keterampilan yang baik diperlukan untuk membuat informasi lebih mudah diakses oleh diri sendiri atau orang lain kemudian baru bisa komunikasi dapat dikatakan efektif

2. Informasi

Informasi yang dikomunikasikan tentang pokok informasi, untuk memudahkan tersampainya pemahaman komunikasi itu sendiri. Meningkatnya detail informasi yang anda miliki tentang subjek, semakin efektif pesan tersebut sampai ke penerima.

3. Sistem sosial

Mencakup nilai, kepercayaan, budaya, agama, dan pengertian umum tentang masyarakat adalah beberapa komponen dari struktur sosial yang membentuk transmisi pesan.

4. Kebudayaan atau culture adalah komponen latar belakang masyarakat yang tergabung dalam sistem sosial. Perbedaan budaya memengaruhi cara pesan diterima (Setyaningsih, 2017).

5. Sikap (*attitudes*)

Pandangan (sikap) Pandangan penerima terhadap diri sendiri, komunitas, dan lingkungan dapat mengubah makna dan efek pesan.

Ada beberapa ciri-ciri komunikasi yaitu :

- 1) Komunikasi itu sebuah proses
- 2) Komunikasi merupakan usaha yang bertujuan;

3) Komunikasi bersifat simbolis;

4) Komunikasi menuntut partisipasi dan kerja sama dari orang-orang yang terlibat.

5) Komunikasi bersifat dinamis

6) Komunikasi melintasi ruang dan waktu Berdasarkan pemahamannya sebelumnya, Peneliti dapat memahami bahwa yang dimaksud dengan berkomunikasi itu merupakan suatu kegiatan menyampaikan informasi oleh satu individu ke orang lawan bicaranya yang melalui proses pengolahan informasi kedua belah pihak mencapai tujuan yang diinginkan. Di dalam komunikasi, si pengirim informasi dan komunikan memiliki visi . Seseorang dapat memilih untuk bertindak sebagai komunikator atau komunikan dalam komunikasi. Dua jenis tatanannya adalah komunikasi antarpribadi dan intrapribadi.

Komunikasi antarpribadi adalah metode untuk mengirim dan menerima pikiran, informasi, gagasan, perasaan, dan bahkan emosi seseorang ke komunikator dan komunikan memiliki pengertian yang sama. Efektivitas komunikasi adalah untuk berkomunikasi dengan jelas, membuat suasana seperti yang diharapkan, atau mempengaruhi orang lain sesuai dengan keinginan kita . Dianggap sebagai cara yang paling efisien untuk bertukar informasi, komunikasi antarpribadi sangat mudah dilakukan.

2.1.3 Partai Politik

Partai politik adalah fitur utama dari setiap demokrasi. Warga negara dalam demokrasi modern diwakili melalui partai politik (Patrick, 2016). Melalui partai

politik, warga berkumpul untuk berkampanye: untuk mengekspresikan kepentingan dan kebutuhan mereka, dan menentukan keinginan mereka. Selain mengisi jabatan politik dan menjalankan kekuasaan, partai politik berkontribusi pada konsolidasi demokrasi dengan mewakili, mengintegrasikan, mengumpulkan, merekrut, dan melatih, meminta pertanggungjawaban pemerintah, dan mengorganisir oposisi yang bertanggung jawab terhadap pemerintah.

Ada tiga teori tentang asal-usul partai politik, menurut Lapalombara & Weiner dalam Labodo & Ilham (2017: 4):

1. Teori pertama adalah teori kelembagaan, yang berpendapat bahwa ada hubungan antara timbulnya partai politik dan parlemen pertama.
2. Teori kedua adalah teori situasi historis, yang melihat timbulnya partai politik sebagai upaya sistem politik untuk mengatasi masalah yang muncul sebagai akibat dari perubahan masyarakat.
3. Teori ketiga adalah teori pembangunan, yang melihat partai politik sebagai upaya Menurut Sigmund Neumann dalam Labodo & Ilham (2017: 11),

Partai Politik adalah kelompok aktivis politik yang berusaha untuk menguasai pemerintahan dan mendapatkan dukungan publik. Mereka melakukan ini dengan bersaing dengan golongan atau golongan lain yang memiliki perspektif berbeda. Miriam Budiardjo (1981: 14) mengatakan bahwa partai politik adalah organisasi artikulatif yang terdiri dari orang-orang yang aktif berpartisipasi dalam politik, yaitu mereka yang berfokus pada mengontrol kekuasaan pemerintahan dan

berjuang untuk mendapatkan dukungan rakyat, bersama dengan beberapakelompok lain yang berpendapat berbeda.

Partisi politik menggunakan perspektif politik dan penilaian mereka untuk menanggapi dan memenuhi tuntutan pemilih dengan cara yang memenuhi kebutuhan dan keinginan rakyat, didukung dan dilaksanakan oleh organisasi internal, dan dapat diwujudkan dalam pemerintahan.

Ideologi dapat digunakan oleh partai sebagai alat untuk menyelesaikan masalah masyarakat, dan para elit partai berusaha mengikuti permintaan pasar daripada menciptakan pendapat. Masyarakat dianalogikan sebagai pasar yang harus direbut pilihan hatinya untuk memenangi kompetisi politik yang ketat. Kampanye politik adalah strategi komunikasi politik yang digunakan oleh aktor politik untuk menyampaikan gagasan politik, janji politik, harapan politik, dan program kerja mereka untuk merebut pangsa pasar (Sutarso, 2011).

2.1.4. Fungsi Komunikasi Politik

Fungsi partai politik memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga demokrasi dan mempromosikan pemerintahan melalui komunikasi politik. McNair (2018) menjelaskan komunikasi politik sebagai proses penyebaran informasi atau pesan kepada khalayak untuk memperoleh partisipasi pemilih sehingga dapat mempertimbangkan harapan publik terhadap pemimpin lima tahun ke depan. Menurut McNair pada penelitiannya, komunikasi politik mempunyai kegunaan utama sebagai berikut:

1. Memberi tahu masyarakat tentang peristiwa yang terjadi di lingkungan mereka. Media komunikasi juga dapat mengamati dan mengawasi peristiwa masyarakat.
2. Mendidik masyarakat terhadap signifikansi fakta saat ini. Jurnalis diharapkan dapat melihat fakta yang ada dan membuat liputan objektif yang dapat mendidik masyarakat. Menempatkan diri sebagai platform untuk menampung masalah politik untuk membentuk opini publik dan mengembalikan hasilnya ke masyarakat. Oleh karena itu, dapat memberikan makna dan nilai bagi upaya mendirikan suatu demokrasi. Dengan cara melakukan siaran merujuk ke lembaga politik serta pemerintah.

Dalam situasi seperti ini, media dapat bertindak sebagai penjaga, atau anjing penjaga, seperti yang terjadi ketika Nixon meninggalkan jabatan sebagai Presiden Amerika Serikat dikarenakan terlibat dengan masalah *Watergate*. Media politik berfungsi sebagai sarana untuk mendukung kebijakan program lembaga politik melalui media massa dalam masyarakat demokratis.

2.1.5 Tujuan Komunikasi Politik

Berikut ini adalah tujuan dari pengembangan komunikasi politik:

1. Dalam bentuk sosialisasi politik. Menurut Robinson oleh Alexis S. Tan¹⁷, komunikasi politik adalah proses perubahan perilaku yang terkait erat dengan proses belajar memahami peristiwa politik. Konsep sosialisasi politik sangat penting dari perspektif strategis karena terkait dengan kelangsungan hidup negara dengan seluruh komponennya. Sumber informasi untuk sosialisasi politik dapat berasal dari saluran interpersonal (teman, keluarga, dll.), saluran organisasi (sekolah, ormas, partai politik, dll.), dan media massa.

2. Dalam konteks pendidikan tentang politik. Komunikasi politik berarti menyebarkan, mengubah, atau menahan pola dari nilai political yang biasa disebut orientasi dalam politik melalui pengaktifan tata krama, tingkah laku, cara pemikiran, sudut pandang, dan tindakan individu, komunitas, atau organisasi..atau organisasi sesuai dengan nilai-nilai yang telah dianggap tepat dan menguntungkan.manusia. Selain itu, pendidikan politik diberikan melalui macam-macam komunikasi , seperti interpersonal, organisasi, dan massa.

3. Berperan dalam keterlibatan politik. Sangat wajar bagi penduduk yang baik memiliki tujuan untuk menyampaikan kepentingannya merujuk kepada wakil rakyat yang berwenang. Kegiatan ini bisa dilaksanakan masing-masing warga, komunitas, atau organisasi yang berdampak langsung atau tidak langsung pada kebijakan pemerintah. Menurut Rush dan Philliop Althoff , partisipasi politik merupakan terlibatnya seseorang dalam berbagai tingkat politik. Kegiatan tersebut dapat mencakup hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaannya atau terlibat secara langsung dengan pekerjaannya.

4. Menurut pendapat umum, Sementara Whyte menyebutkan pendapat umum sebagai sikap umum tentang masalah yang berkaitan dengan kepentingan umum, William Albig menyatakan bahwa opini terbuka merupakan buah dari komunikasi diantara individu di suatu komunitas tertentu. Dengan demikian dapat didefinisikan sebagai

a. pendapat, sikap, perasaan, ramalan, pendirian, dan harapan-harapan dari individu, kelompok dalam masyarakat tentang masalah yang berkaitan dengan kepentingan umum atau persoalan sosial;

b. hasil dari interaksi, diskusi, atau penilaian sosial antar individu yang dihasilkan dari pertukaran pikiran secara sadar dan rasional; dan

c. Sebagaimana pendapat umum akan dibentuk, diubah, dan disesuaikan dengan waktu. diciptakan oleh media; dapat diterapkan kepada yang menganut kepercayaan demokratis atau keterbukaan.

5. Menjadi representasi politik. Menurut Roberts, pendapat dan tindakan tertentu tidak dipengaruhi secara langsung oleh komunikasi. Sebaliknya, komunikasi lebih cenderung mempengaruhi cara penonton mengatur gambaran lingkungan mereka. Cira seseorang (gambar) adalah gambaran seseorang (figur) yang dibentuk oleh pemahaman yang signifikan melalui nilai, kepercayaan, dan harapan yang dipegang oleh individu tersebut. Karena pikiran dan perasaan seseorang secara subjektif membentuk citra politik, penilaian dan pemahaman mereka tentang peristiwa politik tertentu dipengaruhi oleh mereka.

2.1.5.1 Strategi Komunikasi Politik

Kemenangan partai politik dalam pemilu bergantung pada strategi komunikasi politik mereka. Kampanye politik merupakan teknik seseorang, sekelompok orang, atau organisasi politik berkomunikasi secara politik untuk menegakkan nama baik dan tanggapan masyarakat secara baik sehingga mereka dapat menang dalam pemilihan pemilu, pemilukada, atau pemilihan presiden.

Politiker dan aktivis politik telah lama menggunakan berbagai jenis komunikasi politik, termasuk agitasi politik, retorika politik, propaganda politik, lobi politik, dan tindakan politik yang dapat dilakukan dalam kegiatan politik yang terorganisir, seperti hubungan publik setelah politik, pemasaran politik, dan

kampanye politik. Pembentukan opini publik yang positif adalah tujuan dari semua jenis komunikasi politik. Hal ini dapat terkait dengan upaya untuk menang dalam pemilu untuk mendapatkan kekuasaan politik serta posisi di dalam lembaga kekuasaan agar bisa merencanakan suatu peraturan yang setara dengan program politik, visi dan misinya, serta kesiapan komunikator politiknya, khususnya politikus bersama dengan lembaga partainya.

1. Retorika politik

Retorika politik pada hakikatnya menggunakan lambang agar menghubungkan komunikator dengan komunikannya. Ide pidato adalah sama pentingnya dengan simbolisme dalam retorika. Persuasi akan terjadi dan wacana publik akan berkembang dengan pidato terbuka. Oleh karena itu, pidato, menurut Dan Nimmo, adalah negosiasi dengan retorika politik yang bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang terus-menerus melalui negosiasi (konflik dan kesepakatan). Dalam bukunya tentang retorika, Aristoteles membagi retorika politik menjadi tiga kategori: forensik, retorika demonstratif, dan deliberatif.

2. Agitasi Politik

Menurut Blumer, agitasi politik diawali dengan menciptakan kontradiksi dalam masyarakat dan mendorong khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang mereka alami selama ini, yang penuh dengan penderitaan dan ketidakpastian. Tujuannya adalah untuk menimbulkan kegelisahan di kalangan masyarakat. Kemudian orang-orang dimotivasi untuk mendukung ide-ide atau keyakinan terbaru yang membuat lingkungan baru. Karena sifatnya yang menghasut,

mengancam, dan menggelisahkan, agitasi kebanyakan berpengaruh negatif, yang membuat masyarakat merasa kurang puas dan memicu terjadinya suatu pemberontakan.

3. Propaganda politik

Propaganda politik merupakan suatu kegiatan yang sudah lama ada pada ranah politik walaupun pada awal mulanya dipergunakan untuk aktivitas keagamaan propaganda politik juga merupakan suatu aktivitas dari komunikasi politik yang pada pelaksanaannya dengan cara yang sistematis dan tertata yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi individu atau suatu komunitas dan khalayak yang banyak agar melakukan atau menitikberatkan suatu ide dari kegiatan tertentu tanpa adanya rasa dipaksa atau dipaksa. Propaganda terang terangan, disengaja, dan tidak disengaja adalah beberapa jenis propaganda. Propaganda politik tidak disukai di negara-negara demokrasi, dan bahkan dilarang dengan mengembangkan kegiatan lain seperti hubungan publik politik dan penerangan politik.

4. Lobi Politik

Lobi adalah salah satu cara berkomunikasi yang paling sering digunakan dalam kegiatan politik. Partai politik dan lobi politik adalah tempat di mana orang berbicara tentang politik berdasarkan paradigma interaksional. Ini dilakukan secara dialogis secara pribadi atau melalui telepon. Rapat politik, persidangan politik, atau forum musyawarah politik justru sangat formal atau resmi jika lobi politik dilakukan secara informal. Pengaruh pribadi sangat penting dalam lobi politik.

Dalam hal ini, kepribadian politikus, kemampuan untuk memecahkan masalah, dan jabatan sangat penting.

5. Tindakan politik

Tindakan politik: Dalam paradigma pragmatis, tindakan yang dianggap sebagai komunikasi juga merupakan seni dan teknik komunikasi yang selalu digunakan dalam kegiatan politik. Oleh karena itu, salah satu bentuk tindakan politik adalah lobi politik, kampanye politik, dan retorika politik. Diskusi interpersonal Dengan tindakan menyalami, menyapa, memberi tahu orang lain, dan ingin mendengar sapaan Seperti yang disebutkan sebelumnya, diskusi sangat penting untuk membuat rencana komunikasi politik yang efektif dengan masyarakat.

6. Agitasi Politik

Menurut Blumer, agitasi politik dimulai dengan menciptakan kontradiksi dalam masyarakat dan mendorong khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang mereka alami selama ini, yang penuh dengan penderitaan dan ketidakpastian. Tujuannya adalah untuk menimbulkan kegelisahan di kalangan masyarakat. Kemudian orang-orang dimotivasi untuk mendukung ide-ide atau keyakinan baru dengan menciptakan lingkungan baru. Karena sifatnya yang tergolong memaksa membuat gelisah membuat terancam yang menyebabkan khalayak merasa tidak puas dan memicu suatu pemberontakan maka dari itu agitasi bermakna negatif.

Komunikasi menunjukkan bahwa orang mengetahui tentang informasi; semakin banyak orang yang tahu tentang informasi, semakin banyak orang yang dianggap memilikinya, dan jika seseorang memahami suatu pemahaman Oleh

karena itu ia akan menjadi penguasa dunia partai politik juga tidak Terlupakan suatu partai Seharusnya mempunyai tugas seperti itu. Setiap partai mempunyai fungsi komunikasi politik menurut Leo Agustino. partai berharap melalui interaksi ini dapat menghubungi semua orang yang menyukai politik atau yang masih buta. Ini akan membantu mereka menghindari hanyut dalam gelombang apatis politik yang semakin meningkat.

Negara Zamrud Khatulistiwa, berkomunikasi dengan baik, tepat, dan efektif. tidak sedikit partai politik yang menggunakan pendekatan sepintas pada saat berkomunikasi politik berbagai macam pendekatan tetapi yang digunakan yaitu pragmatis. dengan kata lain metode untuk penggunaan cepat yaitubahan baku atau sembako, alat pembayaran Seperti uang dan lainnya selama masa menyambut pemilu serta metode yang digunakan untuk berkomunikasi melemahkan pesaing untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat. meskipun itu mungkin menyebabkan pemaksaan dalam ranah politik untuk penonton atau audience yang berada pada suatu kampanye politik dankomunikasi politik dari lembaga partai politik, tentunya hal ini menguntungkan lembaga itu sendiri. karena identitas diri adalah bagian dari komunikasi, komunikasi yang efektif akan menunjukkan suatu jati diri lembaga partai politik terhadap khalayak yang menghadiri kegiatan.

Jati diri lembaga partai politik memungkinkan mereka untuk mendapatkan simpati rakyat, yang menghasilkan kemenangan. Indonesia memiliki sistem demokratis. Pasal 1 ayat 2 Konstitusi UUD 1945 menyatakan, "Kedaulatan berada di tangan Rakyat dan dilaksanakan menurut UU". Pancasila juga menyatakan,

"Kerakyatan yang dipimpin oleh himat kebijaksanaan dalam permusyawaratan perwakilan". Konstitusi negara, yang telah bertahan hampir kurang lebih 68 tahun, selalu menekankan aspek demorasi, dengan kedaulatan tertinggi berada di tangan rakyat, bukan di tangan Tuhan atau penguasa. Dengan sejarah demokrasi yang kuat, Indonesia merasa akrab dengan semua cara yang digunakan untuk menerapkan demokrasi, seperti pemilihan umum, atau pemilu.

2.1.6 Teori Komunikasi Politik David Kenneth Berlo

Salah satu jenis komunikasi adalah teori komunikasi politik. Dalam sistem politik Indonesia, jenis penyampaian pesan ini terjadi ketika komunikator (pemberi pesan) memberikan pesan atau informasi terkait politik kepada komunikan (penerima pesan). Komunikasi umum berbeda dari komunikasi politik dalam hal isu yang telah didiskusika. Interaksi suatu komunikasi politik menitikberatkan terhadap masalah-masalah politik secara umum tidak terbatas pada isu politik. Ada berbagai macam teori komunikasi politik, seperti teori kepala batu, teori psikoanalitik, teori sifat, teori tipe, dan sebagainya. Teori empati diduga sebagai teori komunikasi politik yang paling cocok untuk digunakan dalam penelitian ini.

Salah satu pakar komunikasi adalah David Kenneth Berlo, yang berasal dari Amerika Serikat yang memperoleh gelar doktor ketika dia berusia 29 tahun ketika dia lulus dari Universitas Illinois pada tahun 1955. Di dalam buku yang ia tulis berjudul proses komunikasi, Berlo membahas komunikasi politik melalui model komunikasi SCMR. Menurutnya, elemen komunikator atau komunikan suatu pesan

merupakan elemen yang sangat penting, jika keduanya ingin proses komunikasi berjalan lancar.

Teori komunikasi yang dikembangkan oleh Berlo biasanya dikatakan dengan teori empati. Empati sendiri adalah bentuk kegiatan berempati dengan situasi dan keadaan orang lain dan kemudian membuat diri sendiri berada pada posisi orang lain. Ketika seorang komunikator dan komunikannya sedang berada di situasi heterofilik atau dapat saling mengantisipasi, yang memungkinkan terjadinya suatu interaksi komunikasi yang baik dan benar.

Seseorang yang merasakan perasaan orang lain dan mengkomunikasikannya juga memiliki kesempatan untuk memberikan pesannya kepada penerima, bersama dengannya yaitu reputasi seorang individu, lembaga atau institusi yang dibentuk dari komunikasi politik itu sendiri. Nama baik yang diciptakan oleh kegiatan komunikasi politik terapan dapat membuat energi positif dan kepercayaan publik. Mengaktifkan program atau peristiwa politik yang telah ditetapkan kepada masyarakat untuk ikut serta dalam kegiatan yang telah diselenggarakan (Setyaningsih, 2017).

Teori empati Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) di Kecamatan Batu Aji memberikan dampak yang besar kepada masyarakat yang menerima manfaatnya. Setiap warga yang menyampaikan aspirasinya kepada calon kandidat partai, kemudian kandidat partai tersebut memiliki cara tersendiri untuk berempati atau merasakan apa yang mereka inginkan dan yang dibutuhkan.

2.1.7 Teori Konflik

"Konflik" berasal dari kata Latin "conflictus", yang berarti "pertentangan." Karena para ahli melihat konflik dari berbagai sudut pandang atau perspektif yang berbeda, tanggapan para ahli terhadap konflik sangat beragam. Namun, konflik biasanya dapat digambarkan sebagai konflik kepentingan antara dua pihak atau lebih. Dalam situasi ini, salah satu pihak merasa diperlakukan secara tidak adil, dan kemudian kecewa, dan konflik dapat terjadi dengan cara yang legal dan tidak legal. Konflik juga dapat didefinisikan sebagai hubungan antara dua pihak atau lebih, termasuk individu atau kelompok, yang memiliki tujuan yang berbeda.

Proposal yang memberikan perspektif sistematis tentang semua dengan menjelaskan dan meramalkan hubungan antara variabel. Konflik seperti ini terjadi di antara kelompok-kelompok yang berjuang untuk hal yang sama. Ralf Dahrendorf adalah salah satu figur penting dalam teori konflik. Dia berpendapat bahwa masyarakat sebagian besar berasal dari sejarah. Sejarah masyarakat adalah sejarah transformasi. Tidak ada satu pun masyarakat yang tidak berubah; perubahan terus menerus ini membuka mata kita pada fakta yang selama ini tertutup oleh teori fungsionalisme struktural: bahwa kekuatan konflik mendorong setiap masyarakat untuk berkembang dan berubah (Syahrial et al., 2021).

Sangat jelas bahwa konflik adalah bagian dari kehidupan. Setiap komponen masyarakat menyebabkan kerusakan dan perubahan. Jika masyarakat tidak teratur dan tidak seimbang, itu karena segelintir orang yang berkuasa memaksakan nilai-nilai mereka kepada kelompok selebihnya. Dalam skema yang membagi masyarakat ke dalam dua kelas, penguasa (atau superior) dan yang dikuasai (atau

subordinat), konflik sudah ada di dalam masyarakat karena setiap kelas memiliki tujuan yang saling berlawanan. Kelompok yang berkuasa memiliki kewenangan atas orang-orang di bawahnya.

Melalui penerapan kewajiban dan larangan, pihak penguasa memiliki kekuasaan dan kewenangan untuk mengontrol tingkah laku kelompok subordinatnya. Pihak yang berkuasa menginginkan untuk mempertahankan status quo yang telah memberinya keunggulan, sedangkan kelompok yang berkuasa ingin perubahan dan perombakan. Setiap pelanggaran terhadap kepentingan kelas ini akan ditindaklanjuti dengan hukuman yang bertujuan untuk melemahkan struktur yang ada. Jika sistem sosial tidak mengalami ketidakseimbangan, itu adalah hukuman dan tekanan daripada konsensus.

Di sini, penting untuk ditekankan bahwa kepentingan adalah kepentingan kelas secara objektif, bukan kepentingan individu. Oleh karena itu, jelas bahwa pengakuan dan integrasi terhadap kepemimpinan seseorang atau kelompok orang tidak didasarkan pada keyakinan yang tetap. Pihak yang berkuasa membentuk prinsip-prinsipnya. Kepemimpinannya menjadi kuat ketika nilai-nilainya diterapkan. Oposisi berarti menentang prinsip-prinsip yang diakui, yang berarti menentang pemimpin saat ini.

Agar keadaan tetap bertahan, setiap kekuatan yang menentang akan dihancurkan. Sebaliknya, konflik didefinisikan oleh Lewis Coser sebagai “a struggle over values and claims to secure status, power, and resources, a struggle in which the main aims of opponents are to neutralize, injure, or eliminate rivals”.

Menurut definisi ini, konflik adalah perselisihan mengenai nilai-nilai atau tuntutan-tuntutan berkenaan dengan status, kuasa, dan sumber daya yang persediannya tidak mencukupi, dan di mana pihak-pihak yang berselisih tidak hanya bermaksimum.

Menurut definisi Coser, konflik sosial terletak pada masalah yang lebih nyata. Menurut Dahrendorf sendiri, konflik terjadi karena perebutan sumber daya dan posisi yang terbatas. Apabila dua kelompok bersaing untuk menguasai sesuatu, terjadi konflik. Menurut Dahrendorf, "sesuatu" dapat berupa sumber material atau legitimasi kepemimpinan atau kewenangan kelompok. Nilai-nilai terkait dengan legitimasi kepemimpinan ini. Jika ideologi atau nilai-nilai suatu kelompok menjadi sumber rujukan bagi masyarakat secara keseluruhan, kelompok tersebut (atau individunya) akan menjadi pemimpin moral masyarakat tersebut. Kepemimpinan kelompok ini atas komunitas akan menjadi lebih kuat.

Faktor-faktor yang menyebabkan konflik tersebut dapat menghasilkan sebagian atau sepenuhnya hasilnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Peter M. Blau, tingkat konflik bergantung pada banyaknya variabel yang bertentangan di antara kelompok-kelompok konflik. Jika semua elemen yang membedakan kelompok tersebut muncul pada saat yang sama, konflik akan menjadi sangat intens dan akut. Marx berpendapat bahwa konflik terutama muncul dalam upaya untuk mendapatkan akses terhadap kekuatan produksi.

Dengan mengambil kontrol atas masyarakat, konflik dapat dihilangkan. Artinya, pertentangan kelas akan berakhir ketika sosialisme menggantikan kapitalisme. Max Weber berpendapat bahwa konflik adalah ketika tindakan

manusia didorong oleh kepentingan. Kepentingan ini termasuk kepentingan ideal, bukan hanya kepentingan material seperti yang dikatakan Marx. Secara umum Ada dua tujuan utama konflik: mendapatkan sumber-sumber atau mempertahankan sumber-sumber.

Tujuan konflik untuk mendapatkan sumber-sumber adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia, baik secara material maupun spiritual, untuk dapat hidup secara layak dan terhormat dalam masyarakat. Semua yang diinginkan manusia termasuk hal-hal yang sesuai dengan kehendak bebas dan kepentingannya. Selain itu, konflik untuk mempertahankan sumber-sumber yang sudah dimiliki menjadi kebiasaan.

Manusia ingin memiliki sumber daya, dan mereka berusaha untuk melindunginya dari upaya pihak lain untuk mengambil atau menguranginya. Bukan cuma nama baiknya, hidupnya, dan juga anggota keluarga yang ingin dipertahankan, rumah tinggalnya, harta, dan kuasa. Karena hewan pun juga memiliki kecenderungan untuk mempertahankan diri, tujuan mempertahankan diri tidak terbatas pada manusia.

2.1.8 Kajian Konseptual

Komunikasi adalah sebuah proses interaksi. Dari perspektif biologi komunikatif, eksperimen cenderung beroperasi pada usaha seseorang dengan cara ikut terlibat di ranah makhluk hidup. Banyak tokoh yang mendefinisikan istilah-istilah yang tujuannya agar memberi pengertian dalam hal maksud tentang istilah komunikasi. Peneliti menjabarkan berbagai macam definisi komunikasi itu untuk

menarik beberapa kesimpulan tentang apa arti komunikasi yang sebenarnya (Abidin, 2022).

Kata komunikasi diadopsi dari bahasa Inggris, yaitu "Communication". Istilah ini berasal dari kata Latin "communicare" yang berarti "berbagi dengan orang lain", "memberi seseorang bagian", "bertukar", "memberi tahu seseorang", "berbicara", "bertukar ide", "berhubungan", "berteman". Dalam ensiklopedia bebas Wikipedia, komunikasi didefinisikan sebagai "transmisi atau pertukaran ide, pendapat atau informasi melalui bahasa, tulisan atau tanda".

Menurut Wikipedia itu adalah komunikasi untuk bertukar pikiran, pendapat atau informasi secara lisan, tertulis atau melalui gerak tubuh. Proses komunikasi bisa satu arah atau dua arah. Komunikasi satu arah dianggap tidak efektif karena antara dua pihak yang berkomunikasi hanya satu pihak yang aktif sedangkan pihak yang lain pasif. Memang proses komunikasi dua arah dirasa lebih efektif karena kedua mitra komunikasi sama-sama aktif, karena mengarah pada dialog, yakni dialog. H. satu berbicara, yang lain mendengarkan dan sebaliknya (Abidin, 2022).

Hafied Cangara juga mengungkapkan hal yang sama: Komunikasi berasal dari kata latin *communis* yang berarti menciptakan kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Berikut beberapa penjelasan dari para ahli:

1. Jenis & Kelly menyatakan: "Komunikasi adalah proses dimana seseorang (*medium*) menyampaikan suatu stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan maksud mengubah atau membentuk perilaku orang lain (*audiens*)."

2. Berelson & Stainer “Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, ide, perasaan, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka, dll.
3. Gode “Komunikasi adalah proses dimana apa yang semula milik seseorang (monopoli satu orang) menjadi milik dua orang atau lebih.”
4. Brandlun “Komunikasi muncul dari kebutuhan untuk mengurangi perasaan tidak aman, bertindak efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.”
5. Resuch "Komunikasi adalah proses menghubungkan satu bagian kehidupan ke bagian lain"
6. Weaver "Komunikasi adalah keseluruhan proses dimana pikiran dapat mempengaruhi pikiran orang lain."

Selain itu ada definisi komunikasi menurut istilah, yaitu:

1. Theodore M. Newcomb : “Komunikasi adalah setiap tindakan komunikasi yang dianggap sebagai transmisi informasi yang terdiri dari rangsangan karakteristik dari sumber ke penerima.”
2. Carl.I. Hovland: "Komunikasi adalah proses dimana seseorang (komunikator) dapat mengirimkan rangsangan (biasanya simbol verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (Gerald, Millication, ketika mereka mengkomunikasikan perilaku orang lain). Sumber mentransmisikan pesan ke penerima dengan niat sadar untuk mempengaruhi perilaku penerima."
3. Gerald R. Miller: "Komunikasi terjadi ketika sumber mengirimkan pesan ke penerima dengan niat sadar mempengaruhi perilaku penerima.

4. Everett M. Rogers: “Komunikasi adalah proses penyampaian ide dari suatu sumber kepada satu atau lebih penerima dengan maksud mengubah perilaku mereka.”
5. Raymond S. Ross: "Komunikasi (internasional) adalah proses menciptakan simbol atau mendengarkan sambil memesan dan mentransmisikan makna. Mereka menyerupai yang dimaksudkan oleh media."
6. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante, “(Komunikasi adalah) transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak”
7. Harold Laswell, “(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) Siapa mengatakan apa dan melalui saluran mana kepada siapa dengan efek apa, dan bagaimana pengaruhnya.

2.1.9 Model Komunikasi Interaksional

Model interaksi mengacu pada model komunikasi yang dikembangkan oleh para ilmuwan sosial dengan menggunakan perspektif interaksi simbolik. Ambil Herbert Blumer, salah seorang mahasiswa dari tokoh protagonis George Herbert Mead sebagai contoh, Perspektif interaksi simbolik lebih dikenal dalam sosiologi, meskipun pengaruhnya juga telah merambah disiplin ilmu lain seperti psikologi ilmu komunikasi dan antropologi (Ruliana & Lestari, 2019).

Komunikasi menurut model interaksi mengacu pada seseorang yang mengembangkan potensi manusia melalui interaksi sosial, tepatnya dengan mengambil peran atau role-positioning orang lain. Ego berkembang melalui

interaksi dengan orang lain, dimulai dari lingkungan terdekat seperti keluarga, menjadi tahap yang disebut tahap bermain, dan berlanjut ke lingkungan luar, menjadi tahap yang disebut tahap bermain. Pada saat interaksi itu, individu selalu melihat dirinya sendiri melalui mata orang lain.

Menurut perspektif ini, model komunikasi adalah model interaksional dan seyogianya tidak ada hubungannya dengan komunikasi sebagai interaksi. Berlawanan dengan model linear seperti model stimulus respons, model interaksional menganggap manusia sebagai pasif, tetapi model interaksional menganggap manusia lebih aktif karena kualitas simbolik yang terkandung dalam istilah interaksional secara implisit.

Model komunikasi menurut Aristoteles (384 SM-322 SM) adalah seorang filsuf Yunani. Model komunikasi yang digunakan Aristoteles pada dasarnya adalah model komunikasi yang paling klasik, model ini disebut model retorik. Inti dari komunikasi ini adalah iman, yaitu komunikasi yang terjadi ketika pembicara menyampaikan pidatonya kepada audiens dengan mengubah sikap mereka (Ruben Breat.D, 2013).

Model komunikasi verbal Aristoteles merupakan model komunikasi pertama dalam ilmu komunikasi. Ia juga menulis bahwa komunikasi berhasil bila ada tiga unsur utama dalam komunikasi, yaitu pembicara, pesan dan pendengar. Aristoteles memfokuskan komunikasi pada komunikasi retorik, atau yang lebih dikenal sekarang sebagai komunikasi publik (*public speaking*) atau oratori, karena seni berbicara, khususnya persuasi, pada saat itu merupakan keterampilan penting

yang dibutuhkan dalam bidang hukum, seperti di pengadilan, dan teori retorika berpusat pada retorika (persuasi).

Riadi & Hidayat (2022) Fokus model ini adalah pada kemampuan berbicara atau berbicara, yang biasanya tentang kekuatan persuasif pembicara, yang tercermin dalam isi pidato, organisasi pidato dan cara penyajiannya. Pencapaian ketiga hal tersebut dapat mengukur kemampuan persuasif seseorang. Model komunikasi ini terus berkembang, namun akan selalu ada tiga aspek yang selalu sama dari waktu ke waktu, yaitu: Pengirim pesan, pesan terkirim dan penerima pesan.



Gambar 2.1 Pola Komunikasi Interaksional
(Sumber : pt.slideshare.net)

Ada bentuk- bentuk komunikasi atau jenis-jenis komunikasi yaitu :

Susanto mengatakan bahwa ada lima konteks komunikasi: komunikasi intrapersonal, komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa.

1. Komunikasi internal adalah apa yang disebut komunikasi interpersonal. Komunikasi ini biasanya berbicara tentang proses pemahaman, ingat dan memahami simbol yang diambil melalui panca indera. Lebih jelasnya, percakapan ini terjadi terhadap diri sendiri, baik dengan sengaja maupun tidak sengaja.

2. Komunikasi interpersonal, juga dikenal sebagai komunikasi antarpribadi, adalah proses di mana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, berbagi tanggung jawab untuk menghasilkan makna. Komunikasi antarpribadi juga merupakan kumpulan perilaku sistematis yang bertujuan yang terjadi dari waktu ke waktu dan berulang kali. Komunikasi pribadi antara individu dalam hal ini bersifat pribadi, baik secara langsung tanpa medium maupun melalui medium. Contoh percakapan tatap muka (komunikasi tatap muka), percakapan melalui telepon, dan surat menyurat

Dalam komunikasi ini, banyak dibicarakan tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, dipertahankan, atau gagal. Keluarga, pertemanan, pernikahan, hubungan kerja, dan berbagai jenis hubungan lainnya adalah contoh subtopik dalam komunikasi interpersonal. Komunikasi antarpribadi melibatkan minimal dua orang, memberikan umpan balik atau feedback, tidak harus terjadi secara langsung, tidak bertujuan, dan memiliki efek atau pengaruh, menurut Richard L. Weaver. Tidak perlu menggunakan kata-kata yang dipengaruhi oleh situasi.

3. Komunikasi kelompok membahas interaksi di antara anggota kelompok kecil, yang terdiri dari beberapa orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Ada perbedaan pendapat tentang berapa banyak orang yang cocok untuk kelompok kecil, seperti lima sampai tujuh orang, tetapi semua orang setuju bahwa kelompok kecil harus minimal tiga orang. Komunikasi kelompok juga membahas dinamika kelompok, efisiensi, dan efektivitas. kohesif, yaitu rasa kebersamaan dalam kelompok sinergi sebagai proses mengatasi masalah dari berbagai sudut pandang. Komunikasi organisasi berarti menyampaikan dan menerima pesan organisasi dalam kelompok formal dan informal.
4. Komunikasi organisasi mencakup komunikasi formal, informal, interpersonal, dan kelompok. Fokus diskusi adalah struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar manusia, proses komunikasi, dan budaya organisasi. Tiga fungsi umum komunikasi organisasi adalah produksi dan pengaturan, pembaharuan (inovasi), dan sosialisasi dan pemeliharaan. Komunikasi pada dasarnya memengaruhi dinamika organisasi. Dengan kata lain, komunikasi menentukan kemajuan atau kegagalan organisasi.
5. Komunikasi massa adalah proses menciptakan makna di antara orang-orang yang menggunakan media massa dan media massa itu sendiri. Komponen komunikasi massa mencakup komunikasi intrapersonal, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi organisasi. Teori komunikasi massa biasanya berkonsentrasi pada struktur media, hubungan media dan masyarakat, hubungan antara media dan khalayak, elemen budaya, dan bagaimana hasil komunikasi massa memengaruhi individu.

Menurut Werner J. Severin dan James W. Tankard, tujuan teori komunikasi massa yang lebih khusus adalah:

1. Menjelaskan pengaruh komunikasi massa. Pengaruh ini mungkin yang diharapkan, seperti meningkatkan kekerasan dalam masyarakat, atau yang tidak diharapkan, seperti pemberitaan yang disampaikan kepada masyarakat selama pemilihan.
2. Memberikan penjelasan tentang keuntungan dari komunikasi massa yang digunakan masyarakat. Dalam beberapa situasi, melihat manfaat masyarakat dari komunikasi massa lebih penting daripada melihat efeknya. Metode ini mengakui bahwa audiens komunikasi memiliki peran yang lebih aktif. Setidaknya ada dua komponen yang bekerja sama untuk menempatkan tekanan yang lebih besar pada tindakan dan penggunaan komunikasi massa audiens daripada pengaruhnya sendiri. Faktor lain adalah bidang psikologi kognitif dan pemrosesan informasi; pergeseran ke arah teknologi komunikasi yang semakin tidak tersentralisasi, lebih banyak pilihan pengguna, lebih banyak varietas isi, dan keterlibatan yang lebih aktif dari pengguna dalam konten komunikasi.
3. Untuk menjelaskan pembelajaran dari media massa
4. Untuk menjelaskan bagaimana media massa berkontribusi pada pembentukan perspektif dan prinsip masyarakat. Para politisi dan tokoh masyarakat sering mengakui bagaimana komunikasi massa membentuk pandangan dunia dan prinsip. Ada saat-saat ketika mereka mungkin membesar-besarkan masalah dan mengkritik film atau acara hanya berdasarkan asumsi. Namun, keyakinan dasar mereka bahwa konten media mempengaruhi prinsip masyarakat masih valid.

2.1.9.1 Strategi Komunikasi Yang Efektif

Strategi Komunikasi yang Efektif membutuhkan dukungan dari pendekatan persuasif untuk membangun strategi komunikasi yang efektif. Hal ini dilakukan karena komunikator kadang-kadang tidak suka melakukan apa yang diinginkan komunikator. Persuasif berarti menggunakan strategi untuk membuat komunikan berubah pikiran. Rasa suka atau tidak suka dapat menunjukkan sikap tersebut. Sikap terdiri dari tiga bagian, menurut Severin dan Tankard. Pertama, sikap afektif, atau kesukaan atau perasaan terhadap sesuatu; kedua, sikap kognitif, atau keyakinan terhadap sesuatu; dan ketiga, sikap yang berkaitan dengan perilaku, atau tindakan terhadap sesuatu.

Persuasif, menurut Marwoto, berarti membujuk atau meyakinkan. Persuasi, oleh karena itu, mengacu pada informasi yang dimaksudkan untuk membujuk atau mendorong orang yang dipersuasi untuk mengikuti nasihat yang disampaikan oleh orang yang mempersuasi. Persuasi, oleh karena itu, adalah upaya untuk meyakinkan seseorang tanpa menggunakan kekerasan. Pertama, komunikan harus menarik perhatian orang lain untuk memulai komunikasi. Apabila perhatian komunikan telah meningkat, upaya untuk menumbuhkan minat (*interest*) yang lebih besar kemudian muncul.

Minatnya adalah kelanjutan dari suatu hal yang merupakan titik awal di mana hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator muncul. Jika hanya hasrat dalam diri komunikator, itu tidak penting karena harus diikuti dengan keputusan (*decision*), yaitu keputusan untuk melakukan kegiatan

(action) sesuai dengan harapan komunikator. Persuasi selalu bertujuan untuk membujuk orang lain untuk berubah pikiran. Jika pikiran seseorang berubah, mereka diharapkan dapat menerima atau melakukan sesuatu yang sesuai dengan tujuan komunikasi. Dalam kasus persuasi, orang yang menerima pesan mempertimbangkan dan mengaitkan sikap, pengetahuan, dan perasaan mereka saat ini. Jika tujuan komunikasi jelas, keefektifan komunikasi dapat diukur dengan lima hal: pemahaman, kesenangan, dampak pesan terhadap sikap, dampak pesan terhadap hubungan, dan tindakan(Syahrial et al., 2021).

- 1) Pemahaman: Ini berarti menerima konten rangsangan dengan hati-hati seperti yang dimaksudkan oleh pengirim pesan.
- 2) Kesenangan: Ini berarti menerima konten rangsangan dengan hati-hati. Tidak semua komunikasi dilakukan dengan tujuan tertentu. Tujuan komunikasi adalah untuk saling bertukar informasi, yang memungkinkan saling menyenangkan. Mazhab analisis transaksional mengatakan bahwa komunikasi lebih dari sekadar berbicara; itu adalah hubungan timbal balik yang dibutuhkan untuk mencapai kesenangan bersama.
- 3) Mempengaruhi sikap: Tindakan mempengaruhi orang lain adalah bagian dari kehidupan sehari-hari, dan salah satu tujuan komunikasi adalah untuk mengubah sikap seseorang atau masyarakat.
- 4) Memperbaiki hubungan. Tujuan komunikasi adalah memperbaiki hubungan.
- 5) Bertindak. Tindakan yang diambil oleh komunikator menunjukkan komunikasi yang efektif.

Dari uraian di atas, pendekatan komunikasi yang efektif dapat dicapai dengan mempertimbangkan elemen-elemen yang telah disebutkan sebelumnya. Jika pesan yang disampaikan dan dimaksudkan dapat memungkinkan orang yang menerima pesan untuk memahaminya dan bertindak sesuai dengan informasi yang mereka terima. Namun demikian, tidak semua komunikator dapat melakukan tugasnya sebagai komunikator yang berkomunikasi secara efektif. Beberapa orang mengalami kesulitan berkomunikasi atau komunikasi yang tidak efektif karena hambatan yang muncul selama komunikasi. Dalam menggunakan strategi komunikasi yang efektif, seorang komunikator juga harus mempertimbangkan hal ini.

2.1.10 Hambatan Komunikasi

Melakukan komunikasi yang efektif tidak mudah. Banyak hambatan yang dapat mengganggu komunikasi. Menurut Effendy, berikut adalah beberapa hambatan komunikasi yang harus diperhatikan komunikator jika mereka ingin berkomunikasi dengan baik:



Gambar 2.1 Hambatan Komunikasi

1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalan komunikasi: gangguan mekanik dan gangguan semantik..

a. Gangguan mekanik (gangguan mekanik, suara saluran) adalah hambatan yang terjadi karena salah satu alat dalam saluran komunikasi mengalami gangguan sehingga tidak dapat berfungsi dengan baik. Dalam situasi seperti ini, kita dapat mencontohkan suara ganda pada pesawat radio yang disebabkan oleh dua pemancar yang berdempetan gelombangnya; gambar televisi yang tidak jelas; atau surat kabar yang tulisannya kabur. Contoh lain adalah menggunakan loudspeaker.

b. Gangguan Semantik (Hujan Semantik)—Hambatan semantik terjadi karena kesalahan bahasa. Cagara mengatakan bahwa beberapa faktor menyebabkan gangguan semantik sering terjadi:

1) Terlalu banyak kata-kata yang digunakan menggunakan jargon bahasa asing, yang membuat khalayak tertentu sulit memahaminya.

- 2) Bahasa pembicara dan penerima berbeda.
- 3) Struktur bahasa yang tidak sesuai yang membingungkan penerima.
- 4) Faktor-faktor budaya yang menyebabkan persepsi yang salah tentang simbol bahasa yang digunakan.

Orang yang berkomunikasi memahami suatu bahasa dengan berbagai cara, jadi sangat penting untuk menghindari gangguan semantik ini. Karena mereka memiliki pemahaman yang berbeda dari komunikator. Karena gangguan ini, komunikasi mungkin gagal sepenuhnya. Sebagai contoh, di suatu perdesaan, seorang ibu lebih senang dipanggil "mamak" daripada dipanggil dengan nama lain. Karena itu, ketika anaknya memiliki teman dan teman yang berasal dari daerah lain, mereka memanggilnya dengan sebutan "ibu". Karena merasa tidak nyaman, sang ibu melarang panggilannya "mama" karena lebih suka dipanggil "mama". Setelah diselidiki, ternyata sang ibu mengartikan "ibu" sebagai wanita yang bekerja di kantor, atau lebih tepatnya sebagai wanita karir, sehingga layak dipanggil "ibu". Namun, karena ia hanya seorang ibu rumah tangga, ia merasa tidak pantas dipanggil "ibu" tetapi lebih tepat dipanggil "mamak".

Pada dasarnya, gangguan semantik ini terdiri dari dua komponen: pengertian konotatif dan denotatif. Pengertian denotatif (denotative meaning) adalah pengertian suatu perkataan yang umum digunakan dalam kamus dan diterima secara umum oleh orang-orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Pengertian konotatif (conotative meaning) adalah pengertian yang berkaitan dengan latar belakang dan pengalaman emosional seseorang.

Sebagai contoh, semua orang akan setuju bahwa anjing berbulu dan berkaki empat, dan banyak orang menganggap anjing sebagai peliharaan yang setia, bersahabat, dan penuh memori. Tetapi di sisi lain anjing merupakan hewan yang berbahaya.

2. Kepentingan

Kepentingan, juga dikenal sebagai kepentingan, akan membuat seseorang lebih selektif dalam menanggapi atau menghayati pesan. Orang hanya akan memperhatikan perangsang yang relevan. Jika kita tersesat di hutan dan tanpa makanan selama beberapa hari, kita akan melihat perangsang-perangsang yang mungkin lebih baik dimakan daripada yang lain. Kita pasti akan memilih makanan jika kita dihadapkan pada pilihan antara makanan dan sekantong berlian dalam situasi seperti itu. Berlian baru akan dilihat setelah itu.

Misalnya, pasang spanduk untuk seminar pendidikan beberapa hari kedepan untuk menarik peserta. Akan tetapi, bagi sebagian orang, informasi dispanduk tidak penting; mereka hanya melihat sekilas dan meninggalkannya. Orang-orang yang merasa penting tentu akan mengingat atau mencatat jadwal pendaftaran dan pelaksanaan seminar, serta mengikuti acara seminar beberapa hari kemudian.

Dengan melihat contoh di atas, kita dapat memahami bahwa kepentingan sangat memengaruhi pesan yang disampaikan. Kepentingan memengaruhi perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita. Sifat ini tidak sensitif terhadap segala perangsang yang tidak sesuai atau tidak penting.

3. Motivasi terpendam

Motivasi, adalah dorongan yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya. Keinginan, kebutuhan, dan kekurangan setiap orang berubah seiring waktu. ke waktu dan tempat, sehingga intensitas motivasi berbeda. Dengan cara yang sama, tingkat intensitas tanggapan seseorang terhadap suatu komunikasi juga berbeda.

Misalnya, mengingat contoh seminar di atas, mereka yang bekerja di bidang pendidikan atau menikmati pendidikan di fakultas tentunya akan lebih termotivasi untuk mengikuti seminar tersebut daripada mereka yang bekerja di luar bidang pendidikan. Komunikasi yang lebih sesuai dengan motivasi seseorang memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Komunikasi, di sisi lain, akan mengabaikan komunikasi yang tidak memenuhi motivasinya.

4. Prasangka

Predice/Prasangka, merupakan salah satu hambatan atau hambatan emosi. Emosi seringkali memaksa kita untuk tidak memikirkan dan melihat apa yang sebenarnya terjadi. Bagaimanapun, sekali prasangka mencekam, seseorang tidak akan dapat berpikir secara objektif dan selalu akan menilai negatif apa pun yang dilihatnya. Seperti yang sering kita dengar, prasangka tidak hanya terhadap ras, tetapi juga terhadap agama, pendidikan, politik, dan kelompok sosial lainnya. Dengan kata lain, suatu perangsang yang sebelumnya memiliki efek yang tidak menyenangkan.

Misalnya, sebuah kampanye politik menjanjikan banyak hal jika partainya menang. Namun, karena pengalaman sebelumnya, beberapa orang melihatnya dengan prasangka negatif dan menganggapnya sebagai janji-janji agar massa memilihnya.pemilihan yang akan datang. Oleh karena itu, pesan-pesan yang disampaikan dalam kampanye hanya dianggap sebagai omong kosong. Di dalam karyanya tentang dinamika komunikasi, Effendy juga menyebutkan hambatan dalam berkomunikasi.

5. Hambatan ekologis

Hambatan ini berasal dari lingkungan karena mengganggu proses komunikasi. Suara petir, suara kendaraan bermotor saat seorang komunikator menyampaikan pesannya, dan lainnya adalah contoh hambatan ini.

2.2 Penelitian Terdahulu

1. Sholihul Abidin dan Ageng Rara Cindoswari, 2019. **Political Branding Ridwan Kamil Pada Masa Kampanye PILGUB Jawa Barat 2018 Melalui Twitter. Jurnal komunikasi dan media. Volume 4. ISSN 2615.6725**

Penelitian ini membahas tentang seorang politikus bernama Ridwan Kamil pada saat mengikuti kampanye Pilkada Jawa Barat pada tahun 2018. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan tahapan analisis dari metode *directed content analysis. Political branding* yang dilakukan oleh Ridwan Kamil berbeda dengan kandidat yang lainnya Ia menggunakan sosial media melalui aplikasi Twitter untuk melakukan kampanye agar lebih terbuka dan dekat dengan masyarakat. *Political branding* Ridwan Kamil memanfaatkan sosial media sebagai penyampaian komunikasi politik dengan pemberian informasi rencana pembangunan serta menyampaikan ideologi politiknya .Strategi politik yang

dilakukan Ridwan Kamil membawanya mencapai keberhasilan Sebagai pemenang Pilkada Jabar 2018.

2. Hardianto Ego Gantiano, 2018. Politikus Sebagai Komunikator Politik. Volume 16. ISSN : 2089 8215.

Penelitian ini membahas tentang seorang politikus berperan sebagai komunikator politik. Dengan menggunakan analisis kualitatif penelitian ini Memberitahu bahwa komunikasi politik itu memiliki dua unsur kata yaitu komunikasi dan politik. perangkat komunikasi politik terdiri atas lembaga atau kelompok masyarakat dan politikus perangkat komunikasi yaitu masyarakat yang menjadi target politiknya. perangkat politiknya atau saluran politiknya menggunakan media cetak dan elektronik.

3. Jenli Maarotong, 2020. Fungsi Partai Politik Sebagai Sarana Komunikasi Politik (Suatu Studi Pada Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan di Kecamatan Essang Kabupaten Kepulauan Talaud). Jurnal *Politico*.

Dalam penelitian ini membahas tentang fungsi partai politik berperan sebagai saluran komunikasi politik. dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan maksud untuk mengetahui suatu fungsi partai politik PDIP pada saat menerapkan komunikasi politik di Kecamatan Essang Kabupaten Talaud. hasil dari penelitian ini adalah komunikasi politik yang dilakukan oleh PDIP Kecamatan esang dinilai belum maksimal karena hanya dilakukan pada lingkungan internal saja seperti pengurus Partai, kadernya serta simpatisannya baik itu pada saat pemilu presiden dan wakil presiden ataupun legislatif.

4. Syahrial Syarbani, Muhammad Nur Surya, Anom Erman, 2021. Teori, Media Dan Strategi Komunikasi Politik.

Dalam penelitian ini membahas tentang definisi teori dan macam-macam teori komunikasi politik media atau saluran dalam komunikasi politik serta strategi yang digunakan dalam berkomunikasi politik. Tidak hanya itu, dalam buku ini juga membahas metode penelitian yang baik untuk penelitian komunikasi politik. Metode-metode yang biasanya digunakan untuk meneliti komunikasi politik adalah *polling, quick count, analisis isi atau konten analisis, framing, survey, discourse* dan *focus group discussion*.

5. Hasan Basri, 2021. Strategi Komunikasi Politik DPD Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019. Jurnal SINTA. Volume 10.

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi politik yang digunakan oleh DPD Partai Golkar saat pemilu legislatif di Aceh Tengah pada tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mendapat respon positif dari masyarakat. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi komunikasi yang diterapkan Partai Golkar pada saat pemilu legislatif ini tersampaikan secara merata menyampaikan segala bentuk program yang akan dilaksanakan kepada masyarakat. tetapi, kegiatan ini tidak serta-merta berjalan dengan mulus tentu saja ada kendala yang dihadapi seperti masyarakat yang tidak menerima pesan politik dengan tidak baik dan juga tidak ingin mempunyai hubungan baik dengan Partai Golkar karena tidak tertarik. hal yang membuat masyarakat lebih tertarik yaitu sistem manipulasi politik dan kebanyakan sudah memiliki kandidat tersendiri oleh teman dekat

6. Retno Aji Setyaningsih, 2017. Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Kota Batu Dalam Sosialisasi Pemilihan Kepala Daerah Di Kecamatan Bumiaji Tahun 2017.

Dalam penelitian ini membahas tentang penggunaan strategi komunikasi oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Batu dalam menyambut Pemilukada pada tahun 2017 titik tujuan dari penelitian ini adalah untuk Menganalisis strategi komunikasi seperti apa yang digunakan oleh KPU untuk Peningkatan partisipasi masyarakat penelitian ini juga menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif teori yang digunakan yaitu teori komunikasi politik yang menyatakan bahwa ada empat indikator suatu komunikasi politik yaitu message, channel, receiver, dan source. Selain itu, pengambilan datanya menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan studi pustaka.

7. Ismail Priyo Wicaksono, 2018. Studi Strategi Komunikasi Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Kota Batu Dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2017

Penelitian ini membahas tentang Bagaimana strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan atau yang biasa disebut dengan PDIP kota Batu dalam pemenangan Pemilihan kepala daerah pada tahun 2017. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang terdiri dari fokus penelitian jenis penelitian lokasi dan situs penelitian sumber data teknik pengumpulan data dan bagaimana analisis datanya. Penelitian ini juga menggunakan teori Strategi politik schoreder. Hasilnya adalah Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan(PDIP) di Kota Batu membentuk citra politik sebagai keberhasilan partai, dengan memanfaatkan metode blusukan untuk mempertahankan partisipasi masyarakat sebagai partai yang terbukti aktivis dan berhasil.

8. Yuyun Zunaria dan Poppy Rulianan, 2022. Model Orientasi Pemasaran Politik Sebagai Strategi Komunikasi Pemenangan Pemilu Legislatif. Jurnal Warta ISKI. Volume 5. ISSN 08534470.

Penelitian ini membahas tentang mendeskripsikan model orientasi pemasaran politik sebagai strategi kemenangan pemilu legislatif, dengan konsep pemasaran politik less-marshment. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif pengumpulan datanya melalui wawancara mendalam dengan informasi dan studi pustaka melalui buku dan jurnal. teknik analisis datanya yaitu dengan reduksi data, display, dan verifikasi. tahap komunikasi yang digunakan yaitu dengan pendekatan langsung menggunakan bahasa jawa dengan nuansa religi islam, dengan itu menunjukkan rasa kepeduliannya kepada masyarakat.

9. Selamat Riadi dan Taufik Wal Hidayat, 2022. Model Komunikasi Interaksional Dalam Dunia Kerja Perkebunan PTPN II Sumatera Utara. Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial. Volume 6.

Penelitian ini membahas tentang komunikasi interaksional dalam dunia kerja perkebunan PTPN 2 Sumatera Utara dalam jurnal pengembangan ilmu komunikasi dan sosial. penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian mengatakan bahwa hubungan antara asisten dengan karyawan harus baik terutama pada jabatan asisten kebun harus memiliki skill komunikasi yang mumpuni agar menjaga dari adanya kendala.

10. Siti Fatimah, 2018. Kampanye Sebagai Komunikasi Politik: Esensi Dan Strategi Dalam Pemilu. Jurnal Resolusi : Jurnal Sosial Politik. Volume 1. ISSN 26215764

Penelitian ini membahas tentang kampanye sebagai komunikasi politik, dalam jurnal social politik. Karena negara Indonesia adalah negara yang menganut

sistem demokrasi kampanye politik menjadi sangat penting. Tujuannya adalah untuk memenangkan pemilu dengan mempertimbangkan strategi dan perencanaan program yang matang oleh karena itu hal ini menjadi sangat penting untuk menentukan kemenangan calon kandidat dalam pemilu.

11. Andy Pasinringi dan Syamsul Bahri, 2019. Persepsi Masyarakat Terhadap Platform Partai Pada Pemilihan Umum 2019. Volume 6

Jurnal ini membahas tentang suatu persepsi masyarakat terhadap platform partai politik pada pemilu di tahun 2019 . penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan suatu partai dalam proses komunikasi politik dengan melihat aspek kognitif atau pengetahuan masyarakat tentang platform partai politik beserta aspek kognitif yaitu dampak dari platform partai politik dalam perilaku warga. penelitian disajikan melalui hasil riset dengan cara mewawancarai informan yang bersedia memberikan data tentang objek yang akan diteliti dan dipercaya atas pemahamannya kepada permasalahan yang dibahas.

12. Poppy Ruliana dan Puji Lestari, 2019. Teori Komunikasi. Buku Teori Komunikasi.

Dalam penelitian ini membahas tentang definisi teori komunikasi dan penjabarannya Selain itu ada juga membahas tentang evolusi teori komunikasi serta model-modelnya, Perspektif ilmu komunikasi ,tipologi teori komunikasi Dan gunung es komunikasi.

13. Ence Surahman, Andri Satrio, dan Herminarto Sofyan, 2020. Kajian Teori Dalam Penelitian. Jurnal JKTP. Volume 3. ISSN 26158787

Dalam penelitian ini membahas tentang kajian teori dalam penelitian. metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, menggunakan metode penulisan studi pustaka

dan menggunakan analisis komparatif. hasil dari penelitian ini adalah bahwa terdapat bermacam gaya pengutipan seperti APA Style, IEEE Style, Harvard Style dan lain-lain.

No	Judul	Penulis	Metode	<i>State of the art</i>
1	<p>Political Branding Ridwan Kamil Pada Masa Kampanye Pilgub Jawa Barat 2018 Melalui Twitter</p> <p>Jurnal Komunikasi dan Media (2019) 4(1)</p> <p>Jurnal Nasional terindeks : google scholar, Garuda, Dimensions</p> <p>Link : http://ejournal.upbata.m.ac.id/index.php/commmed/article/view/1439</p>	(Abidin & Cindoswari, 2019)	Kualitatif	Menunjukkan bahwa intensitas komunikasi yang dilakukan Ridwan Kamil dengan publiknya sangat berlangsung dengan efektif
2	<p>Politikus sebagai komunikator politik</p> <p>Jurnal Internasional terindeks Google scholar, Crossref, Moraref, Garuda</p>	(Gantiano, 2018)	Kualitatif	Komunikator politik merupakan peran yang sangat penting demi terwujudnya efektivitas

	ISSN : 2089 8215 Link : https://www.ejournal.iahntp.ac.id/index.php/Dharma-duta/article/view/145			jalannya komunikasi.
3	Fungsi partai politik sebagai sarana komunikasi politik (Suatu Studi pada Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan di Kecamatan esang Kabupaten Kepulauan Talaud) Jurnal nasional Link : https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/politico/article/view/30468	(Maarotong, 2020)	Deskriptif kualitatif	Sikap simpatisnya hanya dilakukan saat menjelang kampanye, fungsi komunikasi politiknya belum dilakukan secara maksimal
4	Teori, Media Dan Strategi Komunikasi Politik Buku program ilmu komunikasi Universitas Esa Unggul	(Syahril et al., 2021)		Teori dan pemahaman komunikasi politik

	<p>Link : https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Books-22242-10_0073.pdf</p>			
5	<p>Strategi komunikasi politik DPD Partai Golkar pada pemilu legislatif Aceh Tengah 2019</p> <p>Jurnal Internasional terindeks SINTA (2021) vol 10, no 1</p> <p>ISSN 2548-4907</p> <p>Link : https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/28863</p>	(Basri, 2021)	Kualitatif deskriptif	<p>Menggunakan komunikasi politik untuk menyampaikan program kerja kepada masyarakat dan kendala yang dihadapi adalah masyarakat yang tidak mau berkomunikasi karena tidak minat dengan kegiatan politik dan ada yang sudah memiliki pilihan kandidat sendiri yang berasal dari teman atau kerabat dekat.</p>
6	<p>Strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah Kota Batu Dalam Sosialisasi Pemilihan Kepala Daerah Di</p>	(Setyaningsih, 2017)	Deskriptif kualitatif	<p>Kemampuan komunikasi meningkatkan partisipasi</p>

	<p>Kecamatan Bumiaji Tahun 2017</p> <p>Link: http://repository.ub.ac.id/13253/1/Retno%20Aji%20Setyaningsih.pdf</p>			<p>masyarakat dan masyarakat sudah cukup baik dalam menerima informasi</p>
7	<p>Studi strategi komunikasi politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan kota Batu dalam pemenangan pemilihan kepala daerah tahun 2017</p> <p>Link : http://repository.ub.ac.id/165875/</p>	(Wicaksono, 2018)	Deskriptif kuslitatif	<p>Strategi komunikasi politik berhasil maka tercapainya kemenangan.</p>
8	<p>Model Orientasi Pemasaran Politik Sebagai Strategi Komunikasi Pemenangan Pemilu Legislatif</p> <p>Jurnal nasional terindeks Google Scholar, Garuda, Dimensions</p> <p>ISSN : 26860724</p>	(Zunaria & Ruliana, 2022)	Kualitatif	<p>Menitikberatkan komunikasi interpersonal untuk memenangi pemilu legislative.</p>

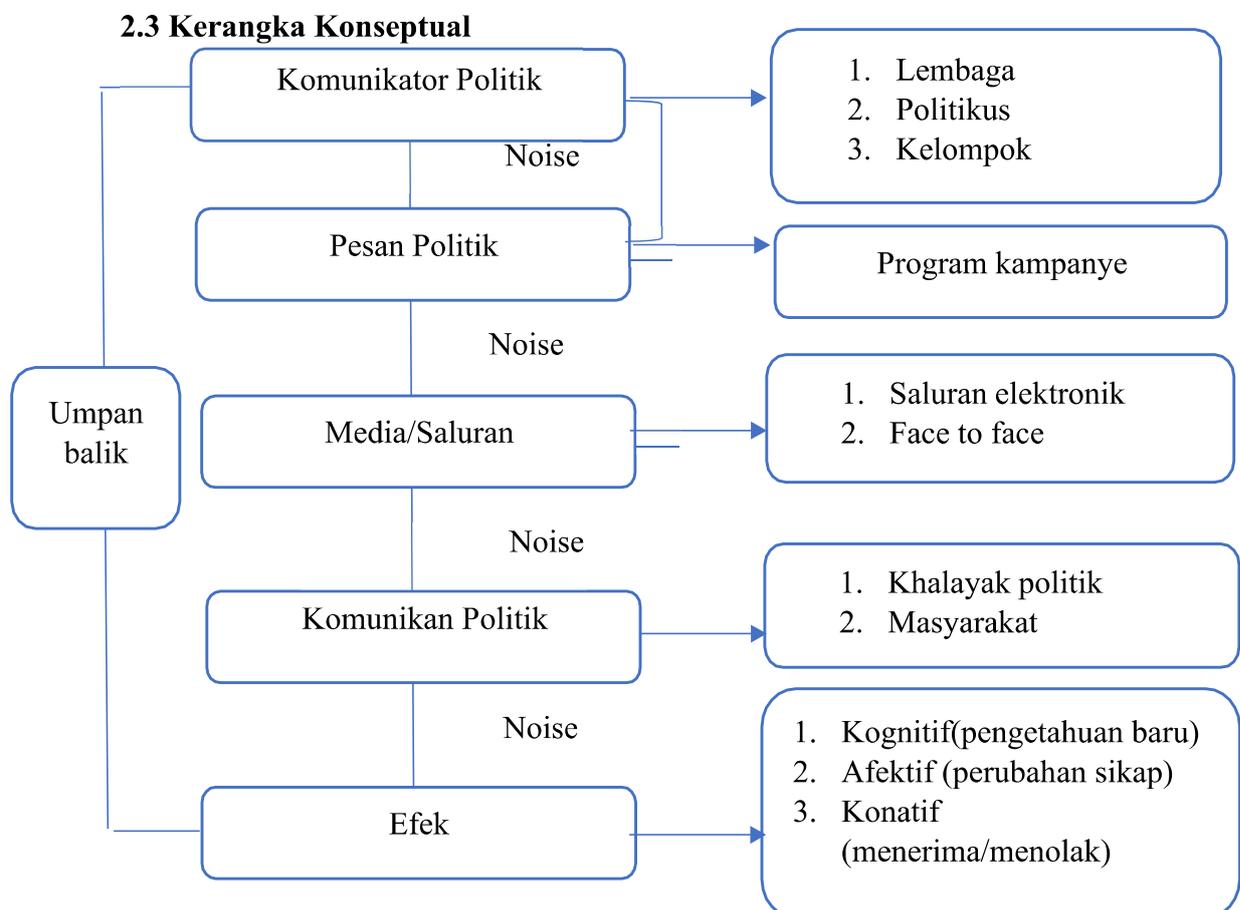
	<p>Link : http://wartaiski.or.id/index.php/WartaISKI/article/view/155</p>			
9	<p>Model Komunikasi Interaksional Dalam Dunia Kerja Perkebunan PTPN II Sumatera Utara</p> <p>Jurnal Internasional terindeks SINTA, DOAJ, ROAD, SCILIT.</p> <p>ISSN : 26218267</p> <p>Link: http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/KOMUNIKOLOGI/article/view/14553</p>	(Riadi & Hidayat, 2022)	Deskriptif kualitatif	Kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga tidak ada terjadinya kendala.
10	<p>Kampanye Sebagai Komunikasi Politik Esensi dan Strategi Dalam Pemilu</p> <p>Jurnal internasional terindeks SINTA, BASE, Crossref</p> <p>ISSN : 26215764</p>	(Fatimah, 2018)	Kualitatif	Suatu kampanye politik berhasil jika memaksimalkan strateginya.

	<p>Link: https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/resolusi/article/view/154</p>			
11	<p>Persepsi Masyarakat Terhadap Platform Partai Pada Pemilihan Umum 2019</p> <p>Link: https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinestik/article/view/87</p>	(Pasinringi & Bahri, 2019)	Kualitatif	Kedekatan emosional sangat penting dalam penentuan pemilihan calon legislatif.
12	<p>Teori Komunikasi</p> <p>ISBN : 9786232310148</p> <p>Link: http://eprints.upnyk.ac.id/24075/</p>	(Ruliana & Lestari, 2019)		
13	<p>Kajian Teori Dalam Penelitian</p> <p>Jurnal Internasional Terindeks SINTA, DOAJ, WorldCat, ROAD, EBSCO</p> <p>ISSN : 26158787</p>	(Surahman et al., 2020)	Kualitatif	Kejelasan konsep serta kajian teori dalam penulisan penelitian.

Link	:	http://journal2.um.ac.id/index.php/jktp/article/view/11272		
------	---	---	--	--

Table 2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu yang disajikan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa topik yang akan diteliti terkait dengan penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya hanya digunakan sebagai informasi dasar untuk memperluas pemikiran mereka dan membuat penelitian berikutnya lebih baik dengan fokus yang berbeda. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya dalam hal penggunaan teori dan lokus penelitian. Di mana fokus penelitian peneliti adalah menerapkan teknik komunikasi dalam kegiatan sosialisasi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.



Tabel 2.3 Kerangka Konseptual