

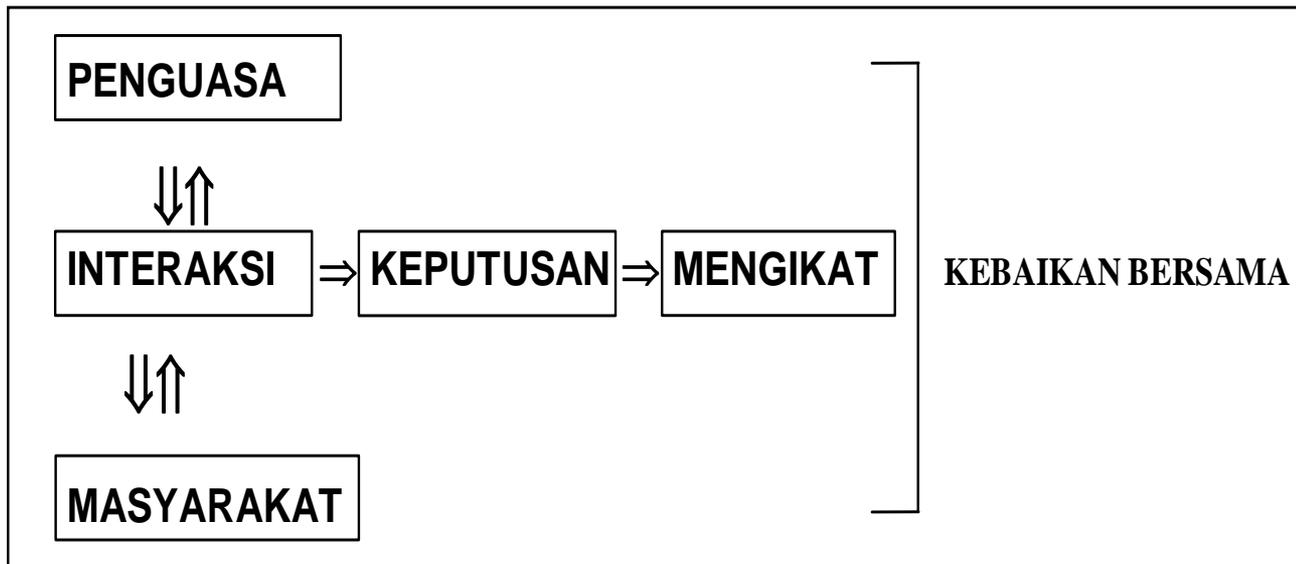
APA ITU POLITIK?

- Kategorisasi aktivitas yang membentuk politik
- Siapa mendapat apa, kapan dan bagaimana caranya (Harold Lasswell)
- Jalan memerintah masyarakat dengan proses diskusi yang bebas dan tanpa kekerasan (Crick)
- Alokasi nilai yang otoritatif (David Easton)

Lanjut...

- Winner takes all : setiap pemenang dalam memperebutkan kekuasaan, maka dia sebagai pemenang akan memiliki semua yang ada. Sementara yang kalah harus tunduk dan patuh.
- Co-operative and win-win solution: alokasi kekuasaan dapat dibagi dengan berbagai pihak untuk menerima sebagai bentuk kebersamaan

POLITIK ADALAH.....



POLITIK DALAM HIDUP SEHARI-HARI

- Pemerintah mengatur masyarakat melalui pajak, berlalu lintas, bersekolah, hingga urusan perpajakan
- Kewenangan pemerintah untuk mengatur dan memaksa terlihat dari adanya sanksi serta denda apabila tidak menaati
- Secara personal, kita sebagai warga bisa melakukan protes apabila aturan tersebut tidak dijalankan dengan semestinya

DEFINISI KOMUNIKASI

- Menurut Kahterine Miller (2005), persoalan komunikasi berkaitan dengan beberapa konsep penting antara lain :
 - a. Proses
 - b. Simbolik
 - c. Transaksional
 - d. Sosial
 - e. Tujuan

- Komunikasi merupakan informasi yang disalurkan dari satu tempat ke tempat lainnya (Miller, 1951)
- Komunikasi merupakan sebuah proses dimana individu mentranmisikan stimuli (biasanya verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (khalayak) (Hovland, Janis, and Kelly, 1953)
- Komunikasi merupakan proses transmisi informasi, ide, emosi, kemampuan dan sebagainya dengan menggunakan simbol kata, gambar, grafik dan sebagainya (Berelson dan Steiner, 1964).
- Motley dan Clevenger mengutarakan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan (verbal dan nonverbal) yang disengaja (bertujuan) yang diarahkan pada orang lain dan diterima oleh orang itu

DEFINISI KOMUNIKASI POLITIK

- *Arti Sempit*

Setiap jenis penyampaian pesan, baik dalam bentuk lambang-lambang yang tertulis ataupun yang tidak tertulis, dalam bentuk kata-kata terucapkan, atau dalam bentuk isyarat yang dapat mempengaruhi secara langsung kedudukan seseorang yang ada dalam puncak suatu struktur kekuasaan dalam suatu sistem

- *Arti Luas*

Setiap jenis penyampaian pesan-pesan politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima, baik dalam bentuk kata-kata terucapkan atau dalam bentuk tertulis ataupun dalam bentuk lambang-lambang.

FORMULA LASSWELL

Who says what, in which channel, to whom, with what effects?

Studi komunikasi politik dapat diamati melalui lima Komponen, yaitu :

- (1) Komunikator politik;
- (2) Bahasa politik, atau penggunaan bahasa, simbol dan persuasi;
- (3) Media komunikasi politik
- (4) Khalayak komunikasi politik; dan
- (5) Pengaruh atau dampak komunikasi dalam politik



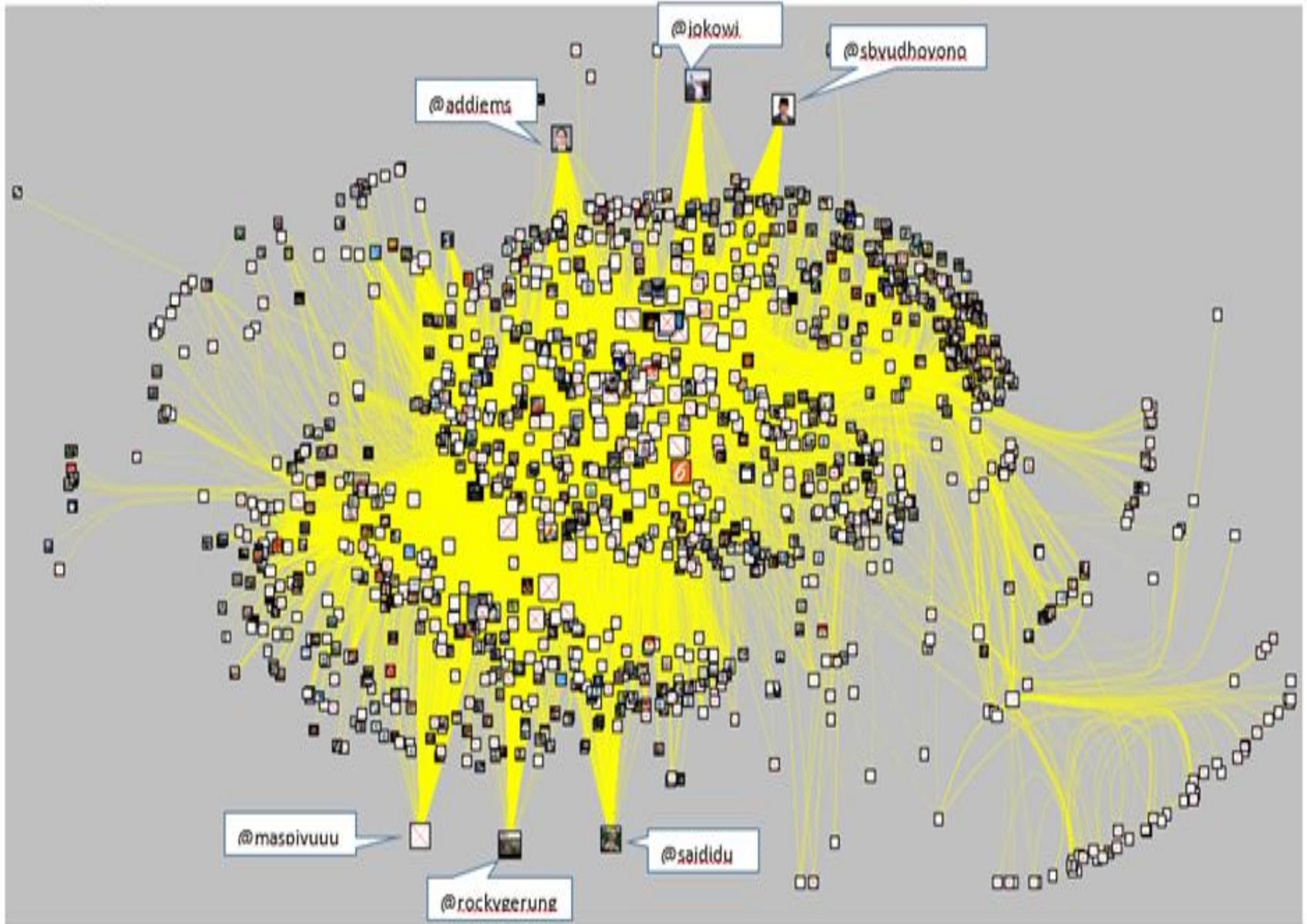
KOMPONEN POLITIK

KOMUNIKATOR

Tiga Tipologi Komunikator Politik menurut Leonard Doob

1. Politikus; disingkat *pols*.
2. Komunikator profesional; disingkat *pross*.
3. Aktivistis; disingkat *vois*.

Struktur Jaringan Komunikasi Berdasarkan Peran Aktor/Node



1. Politikus

a. Partisan:

- Mengidentifikasi diri sebagai wakil kelompok.
- Lebih banyak melindungi dan mendahulukan kepentingan kelompok atau pribadi.
- Memengaruhi pendapat/opini dengan menciptakan situasi saling menguntungkan kedua belah pihak

1. Politikus

b. Ideolog:

- Berorientasi pada pengambilan keputusan.
- Memperjuangkan kepentingan partai, ideologi, atau nilai-nilai perjuangan.
- Memengaruhi keadaan dengan cara menetapkan tujuan yang berlawanan atau netral. Mempertahankan pendapatnya dengan argumentasi yang baik sehingga orang lain akan menerima pendapat mereka.

2. Komunikator Profesional

- a. Promotor: orang yang dibayar untuk mendahulukan kepentingan pelanggannya. Contoh: jubir tokoh masyarakat penting; humas pemerintah; manajer kampanye kandidat politik; dll.
- b. Jurnalis: mereka yang bekerja di media massa. Memiliki kemampuan menentukan isu-isu yang perlu mendapatkan perhatian khalayak.

3. Aktivistis

Mereka yang terlibat baik dalam politik maupun komunikasi dan memiliki keahlian tentang itu, tetapi mereka tidak menggantungkan nafkahnya pada kedua bidang itu. Contoh: jupir kelompok kepentingan; pemuka pendapat (*opinion leader*); dan mahasiswa.

Juru Bicara (*Spokes Person*)

- Jubir sering disamakan dengan petugas humas. Padahal keduanya berbeda.
- Jubir menjadi komunikator resmi yang memang ditunjuk untuk menyampaikan pesan komunikasi atau menyaring pernyataan presiden/PM/menteri kepada khalayak/publik dan media massa.
- Petugas humas/praktisi PR melakukan tugas-tugas PR yang lebih kompleks seperti membina hubungan internal, eksternal, dengan media, antar institusi; menjaga citra; audit komunikasi; dll.

- Sejak kapan jubir pemerintahan diperkenalkan di Indonesia?
- Bagaimana perkembangannya?

Political Spin dan Spin Doctor

- *Political spin*: usaha maksimum yang dilakukan oleh konsultan politik/komunikator politik membuat pernyataan di media dengan melakukan manipulasi dan kebohongan dari fakta yang sebenarnya oleh para politisi untuk meredam debat publik.
- Alasan digunakannya adalah biasanya demi stabilitas dan keamanan politik pemerintahan.

Political Spin dan Spin Doctor

- Teknik *political spin*:
 - Penggunaan waktu yang efektif dan singkat.
 - Fakta-fakta yang dipresentasikan sangat selektif.
 - Pemilihan kata-kata yang sangat hati-hati.
 - Pemilihan *sound bite*/penekanan bicara.
 - Mendefinisikan kembali terminologi dan kalimat yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Kepemimpinan Politik

- Apakah kepemimpinan itu berdasarkan hati atau rasio?
- Pesan pidato perpisahan Presiden AS Harry S. Truman, “The President – whoever he is – has to decide. He can’t pass the buck to anybody. No one else can do the deciding for him. That’s his job”. (Presiden – siapapun dia – harus memutuskan. Dia tidak bisa melemparkan tanggung jawab kepada siapapun. Tidak ada orang lain dapat melakukan keputusan untuknya. Itu tugasnya).

Partai Politik

- Definisi: suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, dan cita-cita yang sama.
- Tujuannya adalah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik – (biasanya) dengan cara konstitusional – untuk melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan mereka.

Fungsi Partai Politik

1. Partai sebagai sarana komunikasi politik. Penyaluran dan pengaturan aspirasi dan informasi.
2. Partai sebagai sarana sosialisasi politik. Ceramah penerangan; kursus kader; penataran dsb.
3. Partai sebagai sarana rekrutmen politik. Kontak pribadi; persuasi; dll.
4. Partai sebagai sarana pengatur konflik.

Peranan Partai Politik

- Partai politik sebagai agen sosial. Tidak sebatas kendaraan untuk mencapai kekuasaan. Tujuan akhirnya menciptakan kondisi yang lebih baik bagi bangsa dan negara.
- Partai politik sebagai pelayan publik. Melayani dan membantu menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang dihadapi masyarakat melalui perjuangan ideologi mereka yang tercermin dalam program kerja dan platform mereka.

Peranan Partai Politik

- Partai politik sebagai agen perubahan. Dituntut tidak hanya mengikuti apa yang dimau masyarakat, tetapi diharapkan memiliki visi dan tujuan jangka panjang yang jelas tentang mau dibawa ke manakah rakyat dan mau ke manakah bangsa serta negara dikembangkan.
- Partai politik sebagai harapan sosial. Masyarakat berharap bahwa partai politik dapat membawa perbaikan bagi masyarakat.

- **Linguistik politik**

Setiap bentuk pembicaraan politik, biasanya dapat diungkapkan dalam bentuk :

simbol-simbol, bahasa, dan pendapat umum.

- **Persuasi politik.**

segala bentuk teknik-teknik penyampaian pesan komunikasi politik melalui :

propaganda, iklan politik dan retorika.

IKLAN POLITIK DI TV

KATEGORI IKLAN POLITIK DI TV

- IKLAN PRIMITIF
- TALKING HEADS
- IKLAN NEGATIF
- IKLAN KONSEP
- CINEMA VERITE
- KESAKSIAN
- FORMAT REPORTER NETRAL

Pembicaraan Politik

- Pembicaraan Kekuasaan
- Pembicaraan Pengaruh
- Pembicaraan autoritas

Gaya Penyampaian Pesan

- Eufemisme : menyamapikan pesan yang diperhalus dan tidak bersifat ofensif.
- Puffery : menyampaikan pesan yang berlebihan terhadap berbagai permasalahan
- Metafora : menyampaikakan sesuatu tidak secara langsung

Tujuan Pembicaraan Politik

- Pembicaraan untuk mencapai Material
- Peningkatan Status
- Memperkuat Identitas
- Pemberian Informasi

IN WHICH CHANNEL

MEDIA KOMUNIKASI POLITIK

- ORGANISASI SEBAGAI SALURAN
- KELOMPOK SEBAGAI SALURAN
- MEDIA MASSA SEBAGAI SALURAN
- SALURAN-SALURAN KHUSUS

Ekonomi Politik Media

- Pendekatan ekonomi politik merupakan sebuah kajian yang diidentifikasi sebagai kelompok pendekatan kritis (critical) (McQuail, 2000 : 82). Teori ini bersumber pada pemikiran Marxis bahwa media cenderung dimonopoli oleh kelas kapitalis, yang penanganannya dilaksanakan secara nasional maupun internasional untuk memenuhi kelas sosial tertentu.
- Pendekatan ekonomi politik memfokuskan pada kajian utama tentang hubungan antara struktur ekonomi, dinamika industri media, dan ideologi isi media. Perhatian penelitian ekonomi politik secara empiris diarahkan pada kepemilikan dan kontrol serta kekuatan operasional pasar media.
- Menurut Mosco (1996), pengertian ekonomi politik bisa dibedakan dalam pengertian sempit dan luas. Dalam pengertian sempit berarti kajian relasi sosial, khususnya relasi kekuasaan, yang bersama-sama membentuk produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya termasuk sumber daya komunikasi. Dalam pengertian luas kajian mengenai kontrol dan pertahanan kehidupan sosial.

- Terdapat tiga konsep penting yang ditawarkan Mosco untuk mengaplikasikan pendekatan ekonomi politik pada kajian komunikasi : komodifikasi (commodification); spasialisasi; (spatialization) ; strukturasi (structuration)
- Komodifikasi berkaitan dengan proses perubahan barang dan jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang berorientasi pada nilai tukarnya di pasar.
- Spasialisasi berhubungan dengan proses pengatasan batasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial.
- Strukturasi berkaitan dengan hubungan antara gagasan agensi, proses sosial dan praktek sosial dalam analisa struktur.

- Secara makro, Golding dan Murdock membedakan ekonomi politik menjadi dua macam yaitu : 1) perspektif liberal; dan 2) perspektif kritis.
- Dalam perspektif ekonomi politik liberal memfokuskan diri pada proses pertukaran pasar dimana individu sebagai konsumen mempunyai kebebasan untuk memilih isi media massa yang sedang berkompeteisi berdasarkan manfaat dan kepuasan yang ditawarkannya. Semakin besar kekuatan pasar memainkan perannya, semakin besar kebebasan konsumen untuk menentukan pilihannya.
- Perspektif ekonomi politik kritis melihat bahwa produksi isi media bukan hanya persoalan ekonomi semata tetapi berkaitan dengan kehidupan politik, sosial, dan budaya. Liberalisme menekankan pada kedaulatan individual dalam kapitalisme, maka paradigma kritis memberikan penekanan pada relasi sosial (social relations) dan kekuasaan (power).

Varian Ekonomi politik Liberal

- Klasik : Faktor ekonomi sebagai satu-satunya faktor penting dalam dinamika masyarakat modern. Kedaulatan individu dalam pemenuhan kebutuhan pasar,
- Neo Klasik : Pasar menyediakan kompetisi yang stabil sempurna dan negara dapat berperan sebagai lembaga yang obyektif dan mandiri. Dalam faktanya timbul ketimpangan dalam pasar sehingga muncul kompetisi yang tidak sehat seperti dominasi dan monopoli.

Ciri dari pendekatan ekonomi politik kritis

- a. Bersifat holistik : ia meneliti secara menyeluruh antara dinamika sosial, politik, dan budaya dalam suatu masyarakat
- b. Bersifat historis : bukan hanya berkaitan dengan proses sejarah tetapi juga berkaitan dengan posisi dan peran media komunikasi dalam kapitalisme global.
- c. Bersifat praksis, ekonomi kritis mempunyai perhatian terhadap segi-segi aktivitas manusia yang bersifat kreatif dan bebas dalam rangka untuk megubah keadaan terutama di tengah arus besar perubahan sosial,

Varian Ekonomi Politik Kritis

- a. *Instrumentalis* (Herman dan Chomsky) : Media dipandang sebagai instrumen dominasi kelas. Kelas pemodal menggunakan kekuasaan ekonomi dalam sistem pasar untuk memastikan bahwa arus informasi publik berjalan sesuai dengan misi dan tujuan mereka.
- b. *Strukturalis* (Schudson) : varian ini cenderung memandang struktur sebagai sesuatu yang monopolistik, mapan, statis, dan determinan. Karakteristik produksi dan konsumsi media dilihat sebagai representasi struktur dominan yang ada, entah struktur politik otoritarian atau ekonomi kapitalis.
- c. *Konstruktivis* : Kehidupan media tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi tetapi juga oleh faktor budaya, politik, individu, dan sebagainya. Dalam pandangan konstruktivis, negara dan pemodal tidak selalu menggunakan media untuk menundukkan kelompok lain. Mereka beroperasi dalam struktur yang bukan hanya menyediakan fasilitas namun juga hambatan-hambatan bagi dominasi dan hegemoni.

INTERELASI KEKUATAN EKPOL DENGAN ISI MEDIA

- Media massa (radio, TV, surat kabat dll) bukanlah ruang hampa yang bebas dari nilai, ideologi, dan kepentingan tertentu.
- Dalam proses produksi, isi siaran ditentukan oleh berbagai level kepentingan : visi, misi, nilai atau ideologi media (faktor internal); penguasa, pemasang iklan, pakar, institusi lain dan khalayak (Mc Quail, 1987).
- Secara normatif, isi media massa dituntut mampu mengakomodir berbagai kepentingan. Faktanya, isi media massa cenderung dimonopoli oleh kepentingan ekonomi dan politik.
- Akibatnya isi media massa seringkali tunduk pada kekuatan ekonomi dan politik dan isi media massa cenderung dikontrol oleh para pemilik modal dan penguasa.

IMPLIKASI

- Struktur organisasi media massa menjadi terkait dengan sistem politik dan ekonomi kapitalis.
- Agendanya jelas membawa tujuan bisnis kompetitif pemilik industri media massa dan mempertahankan status quo.
- Manajemen menghitung laba yang dikeluarkan dari tiap kerja produksi isi media massa. Maka itulah, item-item produksi isi siaran massa pun diseleksi dengan menggunakan asumsi riset pasar.

- Koalisi antara pemilik media massa dengan para elite pemegang kekuasaan juga menentukan produksi isi siaran.
- Keterdekatan itu mempengaruhi kinerja media massa. Khususnya media-media yang dimodali para elite bisnis industri yang bermain juga di bidang politik.
- Isi media massa cenderung memarginalkan kelompok lemah dan menggaungkan statement opini penguasa dan menjatuhkan lawan politik.
- Investasi media massa seringkali terbentur dengan kongkalikong politis mereka. Para pemilik media banyak yang menjadi kawan bahkan kader politisi dan kekuasaan.

- Para wartawan, redaksi, dan seluruh manajemen media massa, cenderung dikooptasi jaringan bisnis (campur politik) para pemilik media.
- Pemberitaan mesti memperhitungkan aspek pasar dan kepentingan politik tertentu. Produk pemberitaan menjadi margin komoditas laba ekonomi sekaligus menjadi margin suara politik. Semua itu, pada banyak kasus , mereduksi kemandirian kelembagaan media.
- Akibatnya, terjadi kasus-kasus liputan pers yang harus berhadapan dengan kepentingan politik bisnis. Tema-tema liputan disesuaikan dengan orientasi tersebut.

TEORI USES AND GRATIFICATIONS

Menurut Elihu Katz (1959), teori *uses and gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak.

Denis McQuail mengkategorikan kebutuhan seseorang tentang penggunaan media menjadi empat kategori yaitu :

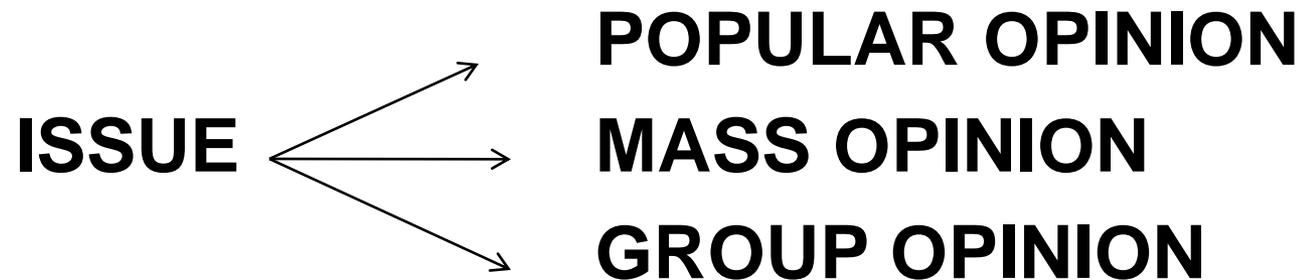
- motif hiburan/ *diversi* (kebutuhan untuk melepaskan diri dari ketegangan)
- motif integrasi dan interaksi sosial (kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain atau nilai tertentu)
- motif identitas personal/*personal identity* (kebutuhan untuk menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan)
- motif informasi/*surveillance* (kebutuhan untuk mencari informasi berkaitan dengan lingkungan terdekat):

- Teori *uses and gratification* berusaha untuk menggambarkan motif seseorang dalam menggunakan media massa. Disamping itu teori tersebut juga berusaha mengungkap tingkat kepuasan seseorang setelah mengkonsumsi media massa tertentu. Seperti yang dilakukan oleh Philip Palmgreen dengan mengembangkan konsep GS (*gratification sought*) dan GO (*gratification obtain*).
- GS (*gratification sought*) adalah kepuasan yang diinginkan atau diharapkan individu dalam menggunakan jenis media.
- GO (*gratification obtain*) adalah kepuasan nyata yang diperoleh setelah individu menggunakan atau mengkonsumsi suatu media tertentu.

TO WHOM

KHALAYAK KOMUNIKASI POLITIK

PUBLIC OPINION



Public opinion

Terjadi apabila sejumlah orang dalam masyarakat terlibat dalam suatu pergunjungan mengenai suatu masalah yang menarik perhatian mereka, tetapi bersifat kontroversial, dalam artian di antara mereka ada yang pro dan ada yang kontra

SIFAT-SIFAT OPINI PUBLIK

LUFTARKIN Bagaikan UAP

FLUSSIG Bagaikan AIR

FESTIG Bagaikan BATU

WITH WHAT EFFECT

PENGARUH KOMUNIKASI DALAM POLITIK

BEHAVIORAL / KONATIF

```
graph TD; A[BEHAVIORAL / KONATIF] --> B[POSITIF KONSTRUKTIF]; A --> C[NEGATIF DESTRUKTIF];
```

**POSITIF
KONSTRUKTIF**

**NEGATIF
DESTRUKTIF**

PARTISIPASI POLITIK

Merupakan kegiatan seseorang atau sekelompok orang untuk ikut secara aktif dalam kehidupan politik, yaitu dengan jalan memilih pimpinan negara, baik secara langsung atau tidak langsung dan dalam rangka mempengaruhi kebijakan pemerintah

Antara pengaruh komunikasi dan bentuk-bentuk partisipasi, mampu membentuk preposisi yang berkaitan dengan :

COGNITIVE AFFECTIVE
AFFECTIVE ORIENTATION
KONATIF AFFECT

TUGAS KOMPOL

- Buatlah kelompok terdiri 2-4 mahasiswa
- Carilah fenomena komunikasi politik (Pilpres, Pilwali, Kebijakan, dll)
- Buatlah LBM yang menjelaskan terjadinya fenomena kumpul dan jelaskan teori komunikasi (
- Lakukan analisis isi terhadap media massa atau media sosial.
- Identifikasi komunikator, pesan, media yang digunakan, dan responnya.
- Buatlah laporan hasil pengamatan (minimal 6 halaman)
- Dikumpulkan Oktober Minggu Kedua.
- Minggu ketiga presentasi setiap kelompok.
- Mahasiswa yang terlambat mengumpulkan tidak akan mendapatkan nilai UTS.