

Dr. Dra. Marlinda Irwanti Poernomo, S.E., M.Si.



# BUKU AJAR KOMUNIKASI POLITIK



**BUKU AJAR**

# **KOMUNIKASI POLITIK**

**Dr. Dra. Marlinda Irwanti Poernomo, S.E., M.Si.**



**BUKU AJAR  
KOMUNIKASI POLITIK**

Penulis:

**Marlinda Irwanti Poernomo**

Desain Cover:

**Septian Maulana**

Sumber Ilustrasi:

**www.freepik.com**

Tata Letak:

**Handarini Rohana**

Editor:

**Dr. Elan Jaelani, S.H., M.H.**

ISBN:

**978-623-459-487-4**

Cetakan Pertama:

**Mei, 2023**

Tanggung Jawab Isi, pada Penulis

---

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

**by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung**

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT:**

**WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG**

**(Grup CV. Widina Media Utama)**

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas  
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

**Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020**

Website: [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

## KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucapkan rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa buku yang berjudul “Buku Ajar Komunikasi Politik” telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan Buku Ajar Komunikasi Politik.

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap komunikasi politik karena penulis adalah pengajar Komunikasi Politik dan pernah mengimplementasikan ketika menjadi anggota DPR, buku ini pengembangan bahan ajar dari RPS mata kuliah Komunikasi Politik.

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap komunikasi politik. Komunikasi digunakan untuk menyampaikan kebutuhan organisasi. Manusia melakukan komunikasi sebagai bentuk penyampaian ilmu dan pengalaman. Komunikasi memiliki beberapa bentuk umum seperti bahasa, sinyal, bicara, tulisan, gerakan, ataupun penyiaran.

Komunikasi juga dapat berupa interaktif, transaktif, bertujuan, maupun tidak bertujuan. Melalui komunikasi, kita dapat memahami dan mengerti perilaku dan isi hati seseorang atau pun sekelompok orang. Saat ini, pembahasan tentang komunikasi semakin dianggap penting bagi para ahli, meskipun mereka telah mempelajari topik ini sejak lama, hal ini disebabkan karena perkembangan serta pertumbuhan dari revolusioner dan teknologi yang semakin berkembang pesat seperti radio, televisi, telepon selular, dan jaringan internet. Walau ilmu dan media komunikasi telah berkembang pesat, tetap subjek dalam komunikasi hanya komunikator dan komunikan.

Komunikasi menjadi instrumen yang sangat berguna untuk menyampaikan atau menerima informasi dan pesan dari dan kepada orang lain. Kelalaian dalam melakukan kegiatan komunikasi dapat memberi dampak buruk yang cukup parah. Bayangkan saja jika anda seorang pilot pesawat salah mencerna pesan dari pengatur lalu lintas kemudian menimbulkan masalah yang berakibat pada kematian para penumpang pesawat. Berbagai

hasil penelitian membuktikan bahwa, komunikasi yang buruk merupakan asal perselisihan dan konflik antar individu atau organisasi.

Selanjutnya Komunikasi Politik merupakan salah satu fungsi dalam sistem politik yang amat penting. Komunikasi politik menyalurkan aspirasi dan kepentingan politik rakyat yang menjadi *input* sistem politik dan pada waktu yang sama ia juga menyalurkan kebijakan yang diambil atau *output* sistem politik itu. Melalui komunikasi politik rakyat memberikan dukungan, aspirasi, dan pengawasan itu tersalur atau tidak sebagaimana dapat mereka simpulkan dari berbagai kebijakan politik yang diambil.

Komunikasi Politik adalah upaya sekelompok manusia yang mempunyai orientasi, pemikiran politik atau ideologi tertentu dalam rangka menguasai dan atau memperoleh kekuasaan demi mewujudkan tujuan pemikiran politik dan ideologi sebagaimana yang mereka harapkan. Unsur-unsur dalam komunikasi pada umumnya terdiri dari: komunikator, komunikan, *message* (pesan) media, tujuan, efek, dan sumber komunikasi. Semua unsur tersebut berada pada dua situasi politik atau struktur politik, yaitu pada suprastruktur politik dan infrastruktur politik.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “tiada gading yang tidak retak” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik Tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Mei, 2023

**Penulis**

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Konteks Kebutuhan Buku Ajar Komunikasi Politik .....	1
B. Tujuan Penulisan Buku .....	2
<b>BAB 2 KONSEP DASAR KOMUNIKASI POLITIK</b> .....	<b>3</b>
A. Pengertian Komunikasi Politik .....	3
B. Pertemuan Komunikasi dan Politik .....	4
C. Tujuan dan Fungsi Komunikasi Politik .....	10
D. Dimensi Komunikasi Politik .....	11
E. Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik .....	13
F. Model Komunikasi Politik .....	15
<b>BAB 3 PERKEMBANGAN KOMUNIKASI POLITIK</b> .....	<b>17</b>
A. Sejarah Perkembangan Komunikasi Politik .....	17
B. Teori-Teori Komunikasi Politik.....	18
C. Komunikasi Politik dalam Sistem Politik.....	19
D. Dinamika Komunikasi Politik dalam Masyarakat Modern.....	22
<b>BAB 4 MEDIA MASSA DAN KOMUNIKASI POLITIK</b> .....	<b>25</b>
A. Peran Media Massa dalam Komunikasi Politik.....	25
B. Etika Jurnalistik dalam Liputan Politik .....	26
C. Strategi Pemasaran Politik dalam Media Massa .....	27
<b>BAB 5 KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL</b> .....	<b>31</b>
A. Pengenalan .....	31
B. Perubahan Pola Komunikasi Politik Akibat Teknologi Digital .....	33
C. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Politik.....	34
D. Isu-Isu Kontroversial Terkait Komunikasi Politik di Era Digital .....	35
<b>BAB 6 PERSUASI DAN PROPAGANDA DALAM KOMUNIKASI POLITIK</b> .....	<b>37</b>
A. Pengertian dan Perbedaan antara Persuasi dan Propaganda .....	37
B. Perbedaan antara Persuasi dan Propaganda .....	48
C. Teknik-Teknik Persuasi dan Propaganda dalam Komunikasi Politik.....	49
D. Implikasi Etis dari Penggunaan Persuasi dan Propaganda dalam Komunikasi Politik .....	50

<b>BAB 7 KOMUNIKASI POLITIK DALAM KONTEKS PEMILU .....</b>	<b>53</b>
A. Peran Kampanye Politik dalam Pemilu .....	53
B. Asumsi Kampanye Politik.....	54
C. Komunikator Profesional Kampanye Politik .....	55
D. Perencanaan dan Langkah Kampanye Politik .....	56
E. Langkah-Langkah Kampanye Politik .....	57
F. Teknik Penyusunan Pesan Kampanye .....	58
G. Pesan Kampanye Politik.....	58
H. Strategi Komunikasi Kampanye Politik .....	59
I. Kampanye Persuasif .....	60
J. Pengaruh Media Massa dan Media Sosial dalam Pemilu .....	62
K. Isu-Isu Kontroversial dalam Pemilu dan Cara Mengatasinya .....	63
<b>BAB 8 KOMUNIKASI POLITIK DALAM KONTEKS KEPEMIMPINAN .....</b>	<b>65</b>
A. Peran Komunikasi dalam Kepemimpinan Politik.....	65
B. Gaya Komunikasi Politik dari Para Pemimpin Politik Terkenal.....	66
C. Studi Kasus: Analisis Gaya Komunikasi Politik dari Beberapa Pemimpin Dunia .....	67
<b>BAB 9 KOMUNIKASI POLITIK DALAM KONTEKS INTERNASIONAL .....</b>	<b>71</b>
A. Peran Komunikasi Politik dalam Hubungan Internasional .....	71
B. Isu-Isu Global dan Cara Mengatasi Melalui Komunikasi Politik.....	73
C. Studi Kasus: Analisis Komunikasi Politik dalam Beberapa Konflik Internasional Terkini.....	74
<b>BAB 10 ETIKA DALAM KOMUNIKASI POLITIK.....</b>	<b>79</b>
A. Pengertian Etika.....	79
B. Etika dalam Politik .....	81
C. Etika Komunikasi Politik.....	83
D. Prinsip Etika dalam Komunikasi Politik.....	88
E. Kasus-Kasus Etika dalam Komunikasi Politik dan Cara Menanganinya.....	89
F. Rekomendasi untuk Praktisi dan Akademisi dalam Mempraktikkan Etika dalam Komunikasi Politik .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>
<b>PROFIL PENULIS.....</b>	<b>98</b>



## PENDAHULUAN

---

### **A. KONTEKS KEBUTUHAN BUKU AJAR KOMUNIKASI POLITIK**

Salah satu faktor utama yang membuat buku ajar komunikasi politik dibutuhkan adalah kompleksitas dari topik tersebut. Komunikasi politik melibatkan banyak aspek seperti teori-teori komunikasi, media massa, teknologi, politik, dan etika. Sebuah buku ajar yang lengkap dan komprehensif dapat membantu mahasiswa atau pembaca lainnya untuk memahami konsep dasar, perkembangan terkini, isu-isu kontroversial, dan praktik terbaik dalam komunikasi politik.

Selain itu, konteks global saat ini juga mempengaruhi kebutuhan akan buku ajar komunikasi politik. Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi politik dan mempercepat sirkulasi informasi politik, sehingga membutuhkan kajian yang lebih mendalam mengenai pengaruh teknologi terhadap politik dan etika dalam penggunaannya.

Kebutuhan akan buku ajar komunikasi politik juga dipengaruhi oleh kebutuhan akademik dan praktis. Mahasiswa yang belajar di bidang ilmu komunikasi, politik, atau studi internasional membutuhkan pengetahuan yang cukup mengenai komunikasi politik untuk dapat memahami perkembangan politik dan hubungan internasional. Selain itu, praktisi politik atau kampanye politik juga membutuhkan pemahaman yang baik mengenai komunikasi politik untuk dapat mencapai tujuan mereka dengan cara yang efektif dan etis.



## KONSEP DASAR KOMUNIKASI POLITIK

---

### A. PENGERTIAN KOMUNIKASI POLITIK

Komunikasi Politik sendiri memiliki dua unsur kata yang sebenarnya sangat berlainan namun dapat dipadukan. Terdapat kata 'komunikasi' yang sudah pernah kami bahas sebelumnya dalam Pengantar Ilmu Komunikasi. 'Komunikasi' sendiri memiliki definisi sebagai sesuatu yang dilakukan oleh manusia atau individu dalam kehidupannya untuk memberikan pesan berupa informasi kepada individu lainnya. Sedangkan 'Politik' memiliki arti secara etimologis berasal dari kata 'polis'. Polis menunjukkan negara kota pada zaman kuno. Namun, seiring berjalannya waktu, kata 'Politik' memiliki definisi sebagai suatu usaha yang ditempuh oleh warga negara untuk berdiskusi dan mewujudkan tujuan bersama. (Heru, 2017)

Komunikasi politik adalah proses penyampaian informasi dan pesan politik melalui media dan saluran komunikasi untuk mempengaruhi pendapat publik, membentuk opini, dan memperoleh dukungan politik. Komunikasi politik juga melibatkan interaksi antara politisi, partai politik, media massa, dan masyarakat dalam rangka menciptakan, mempertahankan, dan mengembangkan kekuasaan politik. (Mc Quail, 2010)

Selain definisi yang sudah dijelaskan sebelumnya, ada beberapa penjelasan lain yang dapat digunakan untuk memahami pengertian komunikasi politik. Berikut adalah beberapa di antaranya:



## PERKEMBANGAN KOMUNIKASI POLITIK

---

### A. SEJARAH PERKEMBANGAN KOMUNIKASI POLITIK

Sejarah perkembangan komunikasi politik dimulai sejak zaman kuno, ketika manusia mulai mengembangkan bentuk-bentuk awal komunikasi politik. Seiring waktu, perkembangan teknologi dan media massa membawa perubahan signifikan dalam cara komunikasi politik dilakukan dan memainkan peran penting dalam pembentukan opini publik.

Pada zaman kuno, komunikasi politik dilakukan melalui metode lisan, seperti ceramah dan pidato. Pada zaman Yunani kuno, para orator menjadi sangat terkenal dan dihormati karena keahlian mereka dalam berbicara di depan publik. Di zaman Romawi, pesan-pesan politik disebarkan melalui prasasti, *monument*, dan inskripsi pada bangunan-bangunan publik.

Perkembangan teknologi dan media massa pada abad ke-19 membawa perubahan besar dalam cara komunikasi politik dilakukan. Telegraf memungkinkan pesan politik dapat disampaikan dengan cepat dan akurat, sedangkan surat kabar menjadi media utama bagi kampanye politik. Pada abad ke-20, perkembangan radio dan televisi semakin memperluas jangkauan komunikasi politik, dengan kampanye politik sering kali disiarkan melalui siaran langsung.

Dalam era digital saat ini, komunikasi politik semakin didominasi oleh media sosial dan internet. Kandidat politik dapat memanfaatkan *platform-platform* ini untuk membangun basis pendukung, mengumpulkan dana



## MEDIA MASSA DAN KOMUNIKASI POLITIK

---

### A. PERAN MEDIA MASSA DALAM KOMUNIKASI POLITIK

Media massa memiliki peran penting di era yang serba modern. Salah satu peran penting media adalah sebagai penentu identitas suatu bangsa. Perkembangan yang terjadi dalam dunia media massa saat ini seperti perkembangan teknologi dunia elektronik, penggunaan internet secara luas dan penggunaan telepon seluler, yang secara tidak langsung memfasilitasi proses globalisasi dalam dunia jurnalistik. dengan adanya internet, atau penggunaan telepon genggam yang juga memiliki fasilitas internet, segala sesuatu dari dunia luar begitu mudah masuk ke Indonesia.

Oleh karena itu, dengan sisi positif dengan adanya globalisasi, media massa dapat berperan dalam mencerdaskan masyarakat. hal inilah yang menjadi agenda terbesar media massa. Selanjutnya, media massa dapat menjadi penggerak aktivitas sosial masyarakat. Media massa ialah “dalam bahasa Inggris: Mass Media” singkatan yang berasal dari Media Komunikasi Massa dalam bahasa Inggris *Mass Communication Media*, yang berarti media massa yaitu sarana penyampaian pesan-pesan, aspirasi masyarakat, sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita ataupun pesan kepada masyarakat langsung secara luas. (Samhis Setiawan, 2023)

Selain itu Peran media massa sangat penting dalam komunikasi politik karena media massa memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi secara luas dan cepat kepada publik. Media massa juga dapat mempengaruhi



## KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL

---

### A. PENGENALAN

Media digital membuka ruang komunikasi dan partisipasi politik dengan meningkatkan kemungkinan interaksi antara elemen penting didalamnya yakni partai dan institusi negara yang disebut sebagai elite dan warga negara atau *non-elite*. Hal tersebut dilandasi oleh karakter baru Internet yang tidak dimiliki media massa tradisional yakni interaktif, aktif dan kreatif, langsung, menjamin kesetaraan dan berjaringan (Dijk, 2013).

Mendukung pernyataan tersebut, Tsagarousianou membuat 3 klaim positif tentang peran Internet selama 25 tahun terakhir dalam proses demokrasi yakni membuka ruang pertukaran dan konfirmasi informasi, mendorong debat publik dan formasi deliberasi serta partisipasi warga dalam pengambilan keputusan politik.

Merujuk pada pandangan Tsagarousianou tersebut, komunikasi politik merupakan bagian penting dari proses demokrasi. Dalam konteks diskusi tentang internet dan demokrasi, Dahlberg & Siepera (2007) membawa ide besar tentang demokrasi radikal (*radical democracy*) yakni demokrasi yang berfokus pada upaya mengkonseptualisasikan proses demokrasi dalam perspektif demokrasi klasik yakni persamaan (*equality*) dan kebebasan (*liberty*) yang dimungkinkan bisa difasilitasi Internet. Disini komunikasi politik sebagai salah satu hal krusial dalam proses demokrasi juga mengalami transformasi.



# PERSUASI DAN PROPAGANDA DALAM KOMUNIKASI POLITIK

---

## A. PENGERTIAN DAN PERBEDAAN ANTARA PERSUASI DAN PROPAGANDA

### 1. Pengertian Persuasi

Persuasi adalah suatu usaha untuk mempengaruhi keyakinan, pendapat, atau sikap seseorang melalui pemikiran dan informasi yang diberikan secara logis, rasional, dan dapat dipertanggungjawabkan. Persuasi dilakukan dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku seseorang, tanpa menggunakan kekerasan atau pemaksaan.

Persuasif adalah bentuk komunikasi yang tujuannya mempengaruhi dan meyakinkan orang lain. Orang yang melakukan persuasif disebut persuader. Yang dalam hal ini, persuader dianggap sukses jika mampu mempengaruhi keyakinan atau pendapat orang lain setelah mengajaknya atau menjelaskannya dengan beberapa alasan tertentu. Hal ini bisa berhubungan dengan kondisi, barang atau hal tertentu lainnya.

Persuasif sangat berbeda dengan propaganda, meski banyak yang belum tahu perbedaannya. Persuasif ialah tindakan untuk membujuk dengan cara halus dan tak ada sama sekali unsur paksaan sedangkan propaganda merupakan tindakan mempengaruhi pikiran atau pendapat orang lain dengan cara memberi info yang subjektif dan *manipulative*. Jadi persuasif melarang



## KOMUNIKASI POLITIK DALAM KONTEKS PEMILU

---

### A. PERAN KAMPANYE POLITIK DALAM PEMILU

Kampanye dalam komunikasi politik merupakan salah satu bagian yang sangat penting sebagai proses penyampaian pesan politik kepada khalayak. Tidak ada peristiwa politik yang luput dari kampanye politik. Profesional politik mengemas prosesnya sebagaimana tujuan partai politik dan kandidat. Melaksanakan dan mempergunakan beragam saluran dan media komunikasi politik untuk mencapai khalayak politik secara luas dan cepat.

Pelaksanaan dan penyampaian pesan politik bisa dalam jangka panjang dan jangka pendek. *Campaign* jangka panjang oleh komunikator politik pelaksanaannya sepanjang waktu dengan bentuk-bentuk kampanye politik yang lebih lembut (*soft*). Sedangkan kampanye jangka pendek biasanya dalam masa kampanye pada waktu pemilihan umum secara bersama oleh badan penyelenggara pemilu dan partai politik.

**Menurut Kotler dan Roberto (1989),** *“Campaign is an organized effort conducted by one group (the change agent) which intends to persuade others (the target adopters), to accept, modify, or abandon certain ideas, attitudes, practices, and behavior”*. Artinya kampanye politik adalah sebuah upaya terorganisir sebuah *group* (agen perubahan) untuk mempersuasi pihak lainnya (target, untuk menerima, memodifikasi atau menolak ide-ide, sikap-sikap, tindakan-tindakan praktis dan perilaku tertentu).



## KOMUNIKASI POLITIK DALAM KONTEKS KEPEMIMPINAN

---

### A. PERAN KOMUNIKASI DALAM KEPEMIMPINAN POLITIK

Peran komunikasi dalam kepemimpinan politik sangat penting, karena komunikasi yang efektif memungkinkan para pemimpin untuk membangun hubungan yang baik dengan konstituen mereka dan membantu mereka mempengaruhi pandangan dan tindakan masyarakat. Komunikasi juga memungkinkan pemimpin politik untuk mempertahankan legitimasi mereka dan mempromosikan tujuan dan visi mereka.

Menurut James P. Farwell dalam bukunya "*The Pakistan Cauldron: Conspiracy, Assassination & Instability*", komunikasi yang efektif sangat penting dalam membangun kredibilitas pemimpin politik dan menciptakan keyakinan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk memimpin dan memerintah. Farwell juga menunjukkan bahwa pemimpin yang mampu berkomunikasi dengan baik juga dapat menghasilkan dukungan yang lebih besar dari masyarakat dan membuat mereka lebih mungkin untuk memenuhi tujuan dan visi mereka.

Selain itu, dalam bukunya "*Leadership Communication as Citizenship*" oleh John W. M. Verhoeven, komunikasi juga memainkan peran penting dalam membentuk identitas dan nilai-nilai kepemimpinan politik. Komunikasi membantu pemimpin untuk mengekspresikan visi dan misi mereka dengan cara yang mudah dimengerti dan relevan bagi masyarakat. Dalam hal ini,



## KOMUNIKASI POLITIK DALAM KONTEKS INTERNASIONAL

---

### A. PERAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM HUBUNGAN INTERNASIONAL

Komunikasi efektif merupakan penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan dan komunikasi tersebut saling *feedback*. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada.

Dunia politik di butuhkan juga komunikasi yang efektif dalam berpolitik. Karena kegiatan politik harus dilandasi oleh kegiatan komunikasi untuk menyalurkan ide, gagasan, dan pejuang dalam bidang-bidang penting dalam negara. Apabila seorang politisi tidak membicarakan tentang ide, gagasan, dan perjuangan bidang-bidang penting dalam negara, melainkan membicarakan tentang gaya hidupnya seperti yang dilakukan oleh beberapa politisi dari kalangan selebriti, artinya ia sedang tidak berperan sebagai politisi.

Fungsi komunikasi politik dapat dibedakan kepada dua bagian. Pertama, fungsi komunikasi politik yang berada pada struktur pemerintah (suprastruktur politik) atau disebut pula dengan istilah *the governmental political sphere*, berisikan informasi yang menyangkut kepada seluruh kebijakan yang dilaksanakan oleh pemerintah. Isi komunikasi ditujukan



## ETIKA DALAM KOMUNIKASI POLITIK

---

### A. PENGERTIAN ETIKA

Istilah etika sudah sering kita dengar dalam kehidupan sehari-hari. Seorang remaja yang mengucapkan kata *gue* kepada orang tuanya, guru atau orang lain yang lebih tua usianya, akan dianggap tidak punya etika. Hal ini memang tidak berlaku di dunia Barat di mana seorang anak bisa memanggil orang tuanya dengan sebutan (kata) *you*. Seorang pejabat negara (politisi) yang mengadakan pertemuan secara diam-diam (informal) dengan pengusaha juga bisa dianggap tidak beretika jika kepentingan yang dibahas adalah kepentingan negara. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa etika berhubungan dengan persoalan pantas atau tidak pantas berdasarkan norma-norma budaya, hukum, adat istiadat atau suatu kebiasaan yang berlaku dalam masyarakat. Etika adalah salah satu cabang ilmu pengetahuan tentang manusia. Etika berasal dari kata *ethos* (bahasa Yunani) yang artinya kebiasaan. (Mirza Shahreza dan Korry El-Yana, 2016)

Etika berbicara tentang kebiasaan (perbuatan) yang didasarkan pada inti atau sifat dasar manusia: baik-buruk. Jadi, etika adalah teori tentang perbuatan manusia ditimbang menurut baik-buruknya. Sebagai cabang dari ilmu pengetahuan, etika tidak berdiri sendiri. Sebagai ilmu yang membahas tentang manusia, etika berhubungan dengan seluruh ilmu tentang manusia: antropologi, psikologi, sosiologi, ekonomi, hukum dan termasuk komunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

"Barack Obama's Communication Style," The Balance Careers (<https://www.thebalancecareers.com/barack-obama-communication-style-4052318>)

"How Barack Obama Became a Master Storyteller," Forbes (<https://www.forbes.com/sites/jeffboss/2017/01/19/how-barack-obama-became-a-master-storyteller/#54e6e9347d08>)

"How Winston Churchill Became Such a Powerful Orator," Harvard Business Review (<https://hbr.org/2021/02/how-winston-churchill-became-such-a-powerful-orator>)

"Nelson Mandela and the Art of Persuasion," BBC (<https://www.bbc.com/news/world-africa-25596308>)

"Political Communication: Theory and Practice" oleh Dan D. Nimmo dan Keith R. Sanders, "The Oxford Handbook of Political Communication" oleh Kate Kenski dan Kathleen Hall Jamieson, dan "Political Communication in the Online World: Theoretical Approaches and Research Designs" oleh Gerhard Vowe dan Philipp Henn.

"The Communication Secrets of Winston Churchill," Inc. (<https://www.inc.com/geoffrey-james/the-communication-secrets-of-winston-churchill.html>)

"The Leadership Style of Nelson Mandela," Forbes (<https://www.forbes.com/sites/tanyaprive/2013/12/06/the-leadership-style-of-nelson-mandela/?sh=3ef1367d53fd>)

(Sumber: "Peran Kampanye Politik Dalam Pemilihan Umum" oleh A. Muqowam, Diponegoro Law Journal, Vol. 3, No. 3, September 2014)

Aday, S., Farrell, H., Lynch, M., Sides, J., & Freelon, D. (2012). Blogs and bullets II: New media and conflict after the Arab spring. US Institute of Peace.

Al Jazeera. (2021, July 31). Israel-Palestine: A timeline of the Gaza conflict. <https://www.aljazeera.com/news/2021/7/31/israel-palestine-a-timeline-of-the-gaza-conflict>

- Aulia Bella, (2023) Propaganda, dalam <https://pakdosen.co.id/propaganda-adalah/>
- BBC News. (2021, May 11). Jerusalem clashes: 100 injured as tensions rise over Ramadan restrictions. <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-57057580>
- Bimber, B., & Davis, R. (2013). Campaigning online: The Internet in U.S. elections. Oxford University Press.
- Bruce Newman, The Handbook of Political Marketing (SAGE Publications, 2012).
- Cak Rud, (2021) Kampanye dalam Komunikasi Politik, dalam <https://himso.id/kampanye-dalam-komunikasi-politik/>
- Center for Media and Democracy. (2011). "The Progressive Communicator's Guide to Ethics." Diperoleh dari <https://www.prwatch.org/news/2011/01/9976/progressive-communicators-guide-ethics>
- Chadwick, A. (2013). The hybrid media system: Politics and power. Oxford University Press.
- Communication Ethics and Crisis Management in a Globalized World (Wenpeng Yang, 2021)
- Dan Nimmo dan Keith Sanders (1981), "Handbook of Political Communication"
- Default Site, (2017) Komunikasi Internasional – Definisi – Prespektif, dalam <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-internasional>
- Dharma Suwandi Arif, (2015) Peran Komunikasi POLITIK Indonesia, dalam <https://www.kompasiana.com/arif.suwandi.dharma/5530242b6ea83494358b45a4/peran-komunikasi-politik-indonesia>
- Dosen Pendidikan (2023) Persuasif, dalam <https://www.dosenpendidikan.co.id/persuasif-adalah/>
- Eend Hendra, (2017) TEORI KOMUNIKASI POLITIK, dalam [https://www.academia.edu/9876208/TEORI\\_KOMUNIKASI\\_POLITIK](https://www.academia.edu/9876208/TEORI_KOMUNIKASI_POLITIK)
- Farwell, J.P. (2014). The Pakistan Cauldron: Conspiracy, Assassination & Instability. Potomac Books.
- Firmanto Riski, (2020) Strategi Pemasaran Politik atau Marketing Politik, dalam <https://jurnal.diary.co.id/strategi-pemasaran-politik/>

- Garth S. Jowett dan Victoria O'Donnell, *Propaganda and Persuasion* (SAGE Publications, 2015).
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319–336. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>
- Gil de Zúñiga, H., Puig-i-Abril, E., & Rojas, H. (2009). Weblogs, traditional sources online and political participation: An assessment of how the internet is changing the political environment. *New media & society*, 11(4), 553-574.
- Harold D. Lasswell (1948), "The Structure and Function of Communication in Society"
- Heru, (2017) Komunikasi Politik – Pengertian – Fungsi – Tujuan, dalam [Komunikasi Politik - Pengertian - Fungsi - Tujuan - https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-politik](https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-politik)
- Higgerson, M.L. (2012). *The Public Leadership Imperative for Higher Education*. Stylus Publishing.
- Hindman, M. (2018). *The Internet Trap: How the Digital Economy Builds Monopolies and Undermines Democracy*. Princeton University Press.
- Hollihan, T. A. (2015). Defining Political Marketing and Strategy. *Routledge Handbook of Political Marketing*, 11-22.
- I Gusti Ngurah Putra, dkk. (2020). *Komunikasi Politik dan Demokrasi: Telaah dan Praktik*. Denpasar: Udayana University Press.
- International Association for Media and Communication Research. (2013). "Global Media Ethics: Principles and Practices." Diperoleh dari <https://iamcr.org/globalmediaethics>
- Kathleen Hall Jamieson dan Doron Taussig, *The Obama Victory: How Media, Money, and Message Shaped the 2008 Election* (Oxford University Press, 2010).
- Kompas.com. (2019). Pemilu dan isu kekerasan politik. <https://nasional.kompas.com/read/2019/03/25/15202231/pemilu-dan-isu-kekerasan-politik>.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect* (Revised and updated ed.). Three Rivers Press.

- Lilleker, D. G. (Ed.). (2018). Political communication in the era of new technologies. Springer.
- Mazzoleni, G. (2014). The media and the growth of the party system. In *The International Encyclopedia of Political Communication* (pp. 1226-1240). Wiley-Blackwell.
- McAllister, I. (2017). *The Routledge Companion to Digital Media and Politics*. Routledge.
- McMillan, S.J. (2014). *Communicating Politics: Mass Communications and the Political Process*. Pearson Education.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications Ltd.
- Mifsud Bonnici, J. P. (2009). Defining political communication. *Political Perspectives*, 3(2), 4-
- Mirza Shahreza dan Korry El-Yana, 2016, *Etika Komunikasi Politik*, Indigo Media, Banten
- Mutz, D. C., & Martin, P. S. (2001). Facilitating communication across lines of political difference: The role of mass media. *American Political Science Review*, 95(1), 97-114.
- Newman, B. I. (2019). *Handbook of Political Marketing*. Routledge.
- Nimmo, D., & Combs, J. E. (2014). *Mediated political communication in the new millennium*. Routledge.
- Norris, P. (2011). *Democratic deficit: Critical citizens revisited*. Cambridge University Press.
- Nugroho, R. (2017). Komunikasi Politik dalam Menyelesaikan Isu Global. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 109-117.
- Nurul Hasfi (2019) *Komunikasi Politik Di Era Digital*, *Jurnal Ilmu Politik*; Vol.10, No.1 (April 2019) Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro
- Political Communication Ethics and Political Campaign Discourse: Challenges and Opportunities* (J. Yang, 2019)
- Political Communication Ethics: An Oxymoron?* (L. L. Kaid, 2017)
- Prabowo Cahyo, (2019) *Gaya Komunikasi Politik Pak Jokowi*, <https://www.kompasiana.com/www.radencahyoprabowo.blogspot.com/5c81b6dd12ae947aa739ece7/gaya-komunikasi-politik-pak-jokowi>

- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster.
- Putra, R. E. (2019). Analisis Gaya Komunikasi Politik Presiden Prancis Emmanuel Macron Dalam Menangani Isu Migrasi Melalui Akun Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 1-14.
- Putri, A. R., & Asyhar, R. A. (2018). Diplomasi Publik dan Komunikasi Politik dalam Menangani Isu-Isu Global. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 212-223.

### Referensi:

- Rudiantara, T. (2019). Pemilu dan isu kontroversial. Kompas.id. <https://nasional.kompas.com/read/2019/04/10/12013841/pemilu-dan-isu-kontroversial>.
- Sabato, L. J., & Simpson, J. M. (2018). *Dirty Little Secrets: The Persistence of Corruption in American Politics*. Simon and Schuster.
- Sartika, T. (2020). Persuasi dan Propaganda: Perbedaan dan Contohnya. 17 Desember 2020, dari <https://www.kompas.com/skola/read/2020/11/17/103000469/persua-si-dan-propaganda-perbedaan-dan-contohnya>
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of communication*, 57(1), 9-20.
- Setiawan [Samhis](#), (2023) Media Massa – Pengertian, Jenis, Karakteristik, Fungsi, Peran, Faktor, Dampak, Contoh, dalam <https://www.gurupendidikan.co.id/media-massa/>
- Shahreza Mirza dan El-Yana Korry, (2016) *Etika Komunikasi Politik*, Indigo Media, Banten
- Sholihin, M. (2013). *Media dan Politik: Teori, Metode dan Praktik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sihabuddin, D., & Mutiah, R. (2019). *Komunikasi Politik: Strategi dan Taktik dalam Demokrasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Society of Professional Journalists. (2014). *SPJ Code of Ethics*. <https://www.spj.org/ethicscode.asp>
- Soemirat, J., & Fathurrahman, D. (2016). Komunikasi politik dalam hubungan internasional. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 20(1), 13-26.

- Sugiarti, T. (2020). *Politik dan Komunikasi: Perspektif Teori dan Praktik*. Penerbit Buku Kompas.
- Thompson, J. B. (2008). *Ideologi dan Kepentingan dalam Komunikasi Politik*. Pustaka Pelajar.
- Towner, T. L., & Dulio, D. A. (2014). Social media, political polarization, and political disaffection: A review of the literature. In *Social media and democracy* (pp. 25-44). Routledge.
- Tsfati, Y. (2018). *Online news and politics: Theoretical approaches and research perspectives*. Routledge.
- Tufekci, Z. (2014). Big questions for social media big data: Representativeness, validity and other methodological pitfalls. *ICWSM*, 14(1), 505–514. <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view/8119/8120>
- UNDP. (2021). *Global Issues*. Diakses pada tanggal 2 April 2023, dari <https://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals/global-issues.html>
- Verhoeven, J.W.M. (2013). *Leadership Communication as Citizenship*. Peter Lang.
- Vromen, A. (2015). Political activism and social media: An analysis of the anti-austerity movement on Facebook. *Media International Australia*, 155(1), 66–75. <https://doi.org/10.1177/1329878X1515500109>
- Wahyuni, S. (2019). *Penyebaran hoax dalam pemilu dan bagaimana mengatasinya*. BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-47691626>.
- Waisbord, S. (2018). The communication ecology of contemporary social protest. *Annals of the International Communication Association*, 42(1), 3-20.
- Weber, M. (2018). Donald Trump and the Populist Authoritarian Parties: The Silent Revolution in Reverse. *Journal of Comparative Politics*, 11(2), 29-46.
- White Christy, (2021) *Perbedaan Antara Propaganda dan Persuasi*, dalam <https://id.strephonsays.com/propaganda-and-vs-persuasion-9588>
- Wilbur Schramm (1954), "The Process and Effects of Mass Communication"
- Zakaria, A. (2018). Persuasi dan Propaganda dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(2), 131-146.

## PROFIL PENULIS

### **Dr. Dra. Marlinda Irwanti Poernomo, S.E., M.Si.**



Penulis merupakan seorang Akademisi yang juga politisi, perempuan yang lahir 16 Oktober 1964, ini mendapatkan titisan sebagai pengajar/dosen dari ayahnya Prof. Dr. Bambang Poernomo, S.H., M.Hum., Guru Besar fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, menempuh pendidikan S1 di dua universitas, yaitu Universitas Gadjah Mada

Sospol-HI, dan Universitas Islam Indonesia Ekonomi Manajemen, kemudian melanjutkan S2 di Universitas Indonesia, Kajian Perempuan dan S3, di Universitas Islam Negeri/UIN Jakarta, dakwah dan Komunikasi, meniti karier selain sebagai Dosen, juga menjadi Penyiar TVRI dari tahun 80-90an, kemudian mengikuti pendidikan Lemhannas PPSA 18, pada tahun 2012, aktif di berbagai organisasi seperti Golkar, MKGR, MDI, menjadi Ketua Forum Pemberdayaan Perempuan Indonesia/FPPI, MAAI, wakil Ketua LK dan BPET Majelis Ulama Indonesia/MUI, Ketua KOWANI, dan organisasi *International Council of Women/ICW*, menjadi Dewan Pakar di ISKI, Perhumas, Aspikom. pembicara Nasional maupun Internasional, karier di pendidikan Ketua Sekolah Tinggi Interstudi, dosen di beberapa Perguruan tinggi, menjadi Anggota DPR 2014-2019, di komisi X, dan saat ini menjadi Direktur Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta.

# BUKU AJAR

# KOMUNIKASI POLITIK

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap komunikasi politik. Komunikasi digunakan untuk menyampaikan kebutuhan organisasi. Manusia melakukan komunikasi sebagai bentuk penyampaian ilmu dan pengalaman. Komunikasi memiliki beberapa bentuk umum seperti bahasa, sinyal, bicara, tulisan, gerakan, ataupun penyiaran.

Komunikasi juga dapat berupa interaktif, transaktif, bertujuan, maupun tidak bertujuan. Melalui komunikasi, kita dapat memahami dan mengerti perilaku dan isi hati seseorang atau pun sekelompok orang. Saat ini, pembahasan tentang komunikasi semakin dianggap penting bagi para ahli, meskipun mereka telah mempelajari topik ini sejak lama, hal ini disebabkan karena perkembangan serta pertumbuhan dari revolusioner dan teknologi yang semakin berkembang pesat seperti radio, televisi, telepon selular, dan jaringan internet. Walau ilmu dan media komunikasi telah berkembang pesat, tetap subjek dalam komunikasi hanya komunikator dan komunikan.

Komunikasi menjadi instrumen yang sangat berguna untuk menyampaikan atau menerima informasi dan pesan dari dan kepada orang lain. Kelalaian dalam melakukan kegiatan komunikasi dapat memberi dampak buruk yang cukup parah. Bayangkan saja jika anda seorang pilot pesawat salah mencerna pesan dari pengatur lalu lintas kemudian menimbulkan masalah yang berakibat pada kematian para penumpang pesawat. Berbagai hasil penelitian membuktikan bahwa, komunikasi yang buruk merupakan asal perselisihan dan konflik antar individu atau organisasi.

Selanjutnya Komunikasi Politik merupakan salah satu fungsi dalam sistem politik yang amat penting. Komunikasi politik menyalurkan aspirasi dan kepentingan politik rakyat yang menjadi *input* sistem politik dan pada waktu yang sama ia juga menyalurkan kebijakan yang diambil atau *output* sistem politik itu. Melalui komunikasi politik rakyat memberikan dukungan, aspirasi, dan pengawasan itu tersalur atau tidak sebagaimana dapat mereka simpulkan dari berbagai kebijakan politik yang diambil.

Komunikasi Politik adalah upaya sekelompok manusia yang mempunyai orientasi, pemikiran politik atau ideologi tertentu dalam rangka menguasai dan atau memperoleh kekuasaan demi mewujudkan tujuan pemikiran politik dan ideologi sebagaimana yang mereka harapkan. Unsur-unsur dalam komunikasi pada umumnya terdiri dari: komunikator, komunikan, *message* (pesan) media, tujuan, efek, dan sumber komunikasi. Semua unsur tersebut berada pada dua situasi politik atau struktur politik, yaitu pada suprastruktur politik dan infrastruktur politik.