

Tim Penulis:

Syubhan Akib, Rosy F. Daud, Abdullah Mitrin, Nurul Intan Pratiwi,  
Ahmad Mustanir, Dortje L. Y. Lopulalan, Syahrul Hidayanto,  
Nurhana Marantika, Maria Puspitasari, Maya Sari,  
Siti Mayasari Pakaya, Yeyen Subandi, Neka Fitriyah,  
Dafrizal Samsudin, Arif Ridha.

# KOMUNIKASI POLITIK



# KOMUNIKASI POLITIK

Tim Penulis:

Syubhan Akib, Rosy F. Daud, Abdullah Mitrin, Nurul Intan Pratiwi,  
Ahmad Mustanir, Dortje L. Y. Lopulalan, Syahrul Hidayanto,  
Nurhana Marantika, Maria Puspitasari, Maya Sari,  
Siti Mayasari Pakaya, Yeyen Subandi, Neka Fitriyah,  
Dafrizal Samsudin, Arif Ridha.



# KOMUNIKASI POLITIK

Tim Penulis:

**Syubhan Akib, Rosy F. Daud, Abdullah Mitrin, Nurul Intan Pratiwi,  
Ahmad Mustanir, Dortje L. Y. Lopulalan, Syahrul Hidayanto,  
Nurhana Marantika, Maria Puspitasari, Maya Sari,  
Siti Mayasari Pakaya, Yeyen Subandi, Neka Fitriyah,  
Dafrizal Samsudin, Arif Ridha.**

Desain Cover:

**Septian Maulana**

Sumber Ilustrasi:

**www.freepik.com**

Tata Letak:

**Handarini Rohana**

Editor:

**Evi Damayanti**

ISBN:

**978-623-459-687-8**

Cetakan Pertama:

**September, 2023**

---

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

**by Penerbit Widina Media Utama**

---

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

**PENERBIT:**

**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 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 Komunikasi Politik.

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap Komunikasi Politik. Komunikasi dan politik merupakan dua konsep yang berbeda. Keduanya berdiri sendiri dan memiliki definisi yang berbeda. Meski demikian, perkembangan teknologi dan gejolak politik internasional menyebabkan perubahan yang sangat masif dalam kemunculan komunikasi politik di era modern. Komunikasi politik adalah proses pertukaran informasi, pesan, dan gagasan antara aktor-aktor politik (seperti partai politik, pemimpin politik, atau kelompok advokasi) dengan tujuan mempengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku masyarakat dalam konteks politik. Komunikasi politik bertujuan untuk mempengaruhi persepsi, memperoleh dukungan, membangun citra, dan mempengaruhi keputusan politik.

Tujuan utama dari komunikasi politik adalah mempengaruhi proses politik, seperti pemilihan umum, pengambilan keputusan politik, atau dukungan terhadap kebijakan dan program politik tertentu. Komunikasi politik juga berperan dalam pembentukan citra dan identitas politik, pengelolaan hubungan dengan media, pembentukan koalisi politik, dan mobilisasi massa.

Komunikasi politik tidak hanya mencakup pesan yang disampaikan, tetapi juga melibatkan pemilihan media atau saluran komunikasi yang tepat, penyesuaian pesan dengan audiens yang dituju, dan pengelolaan persepsi publik. Aktor-aktor politik dalam komunikasi politik berusaha untuk mempengaruhi pandangan dan sikap masyarakat, memperoleh dukungan, dan membangun hubungan politik yang bermanfaat.

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.

September, 2023

Penulis

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
<b>BAB 1 PENGERTIAN, TUJUAN, DAN</b>	
<b>RUANG LINGKUP KOMUNIKASI POLITIK .....</b>	<b>1</b>
A. Pengertian .....	3
B. Tujuan .....	6
C. Ruang Lingkup .....	8
D. Model Komunikasi Politik .....	12
E. Distorsi Dalam Komunikasi Politik .....	14
F. Rangkuman Materi .....	15
<b>BAB 2 TEORI KOMUNIKASI POLITIK .....</b>	<b>19</b>
A. Paradigma Komunikasi Politik .....	21
B. Teori Komunikasi Politik .....	24
C. Rangkuman Materi .....	30
<b>BAB 3 STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK .....</b>	<b>33</b>
A. Pendahuluan .....	34
B. Strategi Komunikasi Politik .....	35
C. Rangkuman Materi .....	47
<b>BAB 4 MEDIA DAN KOMUNIKASI POLITIK .....</b>	<b>51</b>
A. Pengertian Komunikasi Politik .....	54
B. Model Komunikasi Politik .....	55
C. Tipe Saluran Komunikasi Politik .....	56
D. Struktur Saluran Komunikasi Politik .....	57
E. Pemanfaatan Saluran Komunikasi Politik .....	58
F. Media Massa Dalam Agenda Komunikasi Politik .....	60
G. Media Komunikasi Politik .....	61
H. Peran Media Dalam Komunikasi Politik .....	63
I. Manfaat Mempelajari Media Komunikasi Politik .....	65
J. Rangkuman Materi .....	65
<b>BAB 5 KOMUNIKASI POLITIK DAN PEMILU .....</b>	<b>69</b>
A. Pendahuluan .....	70
B. Rincian Pembahasan Materi .....	73

C. Rangkuman Materi .....	88
<b>BAB 6 KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMERINTAHAN .....</b>	<b>93</b>
A. Pendahuluan .....	94
B. Komunikasi Politik: Pemerintah dan Kebijakan .....	95
C. Sistem Politik dan Komunikasi Politik Dalam Pemerintahan .....	99
D. Pola Komunikasi Politik Pemerintah .....	104
E. Rangkuman Materi .....	109
<b>BAB 7 KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL .....</b>	<b>113</b>
A. Pendahuluan .....	114
B. Media Baru, Politik, dan Komunikasi Politik .....	115
C. Media Komunikasi Politik di Era Digital .....	117
D. Arti Aktivitas Media Sosial dan Jaringan Sosial Bagi Politik .....	120
E. Media Sosial dan Partisipasi Politik Dewasa Muda .....	124
F. Rangkuman Materi .....	126
<b>BAB 8 ETIKA DALAM KOMUNIKASI POLITIK (BAGIAN A) .....</b>	<b>133</b>
A. Pendahuluan .....	134
B. Memahami Etika .....	135
C. Etika Dalam Komunikasi Politik .....	137
D. Rangkuman Materi .....	142
<b>BAB 8 ETIKA DALAM KOMUNIKASI POLITIK (BAGIAN B) .....</b>	<b>145</b>
A. Pendahuluan .....	146
B. Pengertian Etika .....	147
C. Dilema Etis Dalam Praktik dan Dinamika Komunikasi Politik .....	150
D. Dimensi Etika Komunikasi .....	154
E. Rangkuman Materi .....	159
<b>BAB 9 PERBANDINGAN SISTEM POLITIK DAN KOMUNIKASI POLITIK .....</b>	<b>163</b>
A. Pendahuluan .....	164
B. Sistem Politik .....	166
C. Komunikasi Politik .....	171
D. Komunikasi Politik Dalam Sistem Politik .....	176
E. Rangkuman Materi .....	177
<b>BAB 10 ISU – ISU KONTEMPORER DALAM KOMUNIKASI POLITIK .....</b>	<b>183</b>
A. Kasus Jalanan Rusak di Lampung .....	186
B. Isu Jokowi Cawe-Cawe Pemilu 2023-2024 .....	192
C. Rangkuman Materi .....	201

<b>BAB 11 KOMUNIKASI POLITIK DALAM</b>	
<b>KONTEKS HUBUNGAN INTERNASIONAL .....</b>	<b>205</b>
A. Pengertian Komunikasi dan Komunikasi Politik .....	206
B. Pengertian Komunikasi Internasional.....	209
C. Komunikasi Politik Dalam Hubungan Internasional .....	213
D. Rangkuman Materi .....	219
<b>BAB 12 METODELOGI PENELITIAN KOMUNIKASI POLITIK .....</b>	<b>223</b>
A. Pendahuluan.....	224
B. Pendekatan Teori.....	227
C. Bentuk Penelitian Komunikasi Politik .....	230
D. Rangkuman Materi .....	238
<b>BAB 13 PENERAPAN KONSEP KOMUNIKASI POLITIK DALAM PRAKTIK.....</b>	<b>243</b>
A. Pendahuluan.....	244
B. Penerapan Konsep Komunikasi Politik Berdasarkan Konstruksi Lasswell.....	246
C. Rangkuman Materi .....	252
<b>BAB 14 TANTANGAN DAN PELUANG KOMUNIKASI</b>	
<b>POLITIK DI MASA DEPAN .....</b>	<b>259</b>
A. Pendahuluan.....	260
B. Peluang Komunikasi Politik di Masa Depan.....	262
C. Tantangan Komunikasi Politik di Masa Depan .....	267
D. Rangkuman Materi .....	272
<b>GLOSARIUM .....</b>	<b>275</b>
<b>PROFIL PENULIS .....</b>	<b>281</b>





# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 1: PENGERTIAN, TUJUAN, DAN RUANG LINGKUP KOMUNIKASI POLITIK

Syubhan Akib, S.H., M.I.Kom.

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

---

# BAB 1

## **PENGERTIAN, TUJUAN, DAN RUANG LINGKUP KOMUNIKASI POLITIK**

---

Komunikasi dan politik merupakan dua konsep yang berbeda. Keduanya berdiri sendiri dan memiliki definisi yang berbeda. Meski demikian, perkembangan teknologi dan gejolak politik internasional menyebabkan perubahan yang sangat masif dalam kemunculan komunikasi politik di era modern. Internet mulai aktif digunakan oleh publik sejak kemunculannya pada tahun 1993. Di bawah naungan *American Political Science Association*, *International Communication Association*, dan tiga esai terkait komunikasi politik telah mengisyaratkan pandangan baru dalam ilmu politik yang stagnan pada era sebelumnya. Komunikasi memiliki peran dalam keadaan tertentu yang berdampak pada pemilihan presiden yang mungkin layak untuk dipelajari, seperti menjelaskan bagaimana debat pemilihan presiden sangat bervariasi sedangkan dukungan suara sangat mudah untuk diprediksi (Jamieson, 2017).

Komunikasi politik adalah proses pertukaran informasi, pesan, dan gagasan antara aktor-aktor politik (seperti partai politik, pemimpin politik, atau kelompok advokasi) dengan tujuan mempengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku masyarakat dalam konteks politik. Komunikasi politik bertujuan untuk mempengaruhi persepsi, memperoleh dukungan, membangun citra, dan mempengaruhi keputusan politik.

Komunikasi politik melibatkan penggunaan berbagai strategi dan metode komunikasi, termasuk pidato, debat, iklan politik, media massa, media sosial, pertemuan publik, kampanye, dan hubungan media. Tujuan utama dari komunikasi politik adalah untuk memperoleh dukungan politik, baik dalam bentuk pemilihan umum, pengambilan keputusan politik, pengaruh opini publik, atau dukungan terhadap kebijakan dan program politik tertentu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Blumler, J. G. (2014). The shape of political communication. In *The Oxford Handbook of Political Communication* (Ed. Kate Kenski & K. H. Jamieson). Oxford University Press.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Denton, R. E., & Woodward, G. C., (1990). *Political Communication in America*. New York: Praeger.
- Dunn, S., & Tedesco, J. C. (2017). Political advertising in the 2016 presidential election. *The 2016 US Presidential Campaign: Political Communication and Practice* (Ed. Robert E. Denton), (pp. 99-120). Palgrave Macmillan.
- Hamilton-Korey, L., & Pohl, G. (2023). Political Crisis or Political Cartoon: Which Comes First?. In *The Handbook of Crisis Communication* (Ed. Timothy Coombs & Sherry J. Holladay), (pp. 229-246). John Wiley & Sons Ltd.
- Jamieson, K. H. (2017). Creating the Hybrid Field of Political Communication. In *The Oxford handbook of political communication* (p. 15). Oxford University Press.
- Jamieson, K. H., & Kenski, K. (2014). Political communication: Then, now, and beyond. In *The Oxford Handbook of Political Communication* (Ed. Kate Kenski & K. H. Jamieson). Oxford University Press.
- Karoulas, G. (2020). Political elites and media in Greece: Publicity as an electoral factor for political personnel. In *The Emerald Handbook of Digital Media in Greece* (pp. 259-273). Emerald Publishing Limited.
- Koch-Baumgarten, S., & Voltmer, K. (Eds.) (2010). *Public Policy and Mass Media: The Interplay of Mass Communication and Political Decision Making*. London: Routledge.
- McNair, B. (2017). *An introduction to political communication* (Vol. 5). New York: Taylor & Francis.
- Meyer, T. (2002). *Media democracy: How the media colonize politics*. Cambridge: Polity Press.
- Nimmo, D. (2020). *The political persuaders*. Routledge.

Strömbäck, J., & Esser, F. (2014). Mediatization of politics: Towards a theoretical framework. *Mediatization of politics: Understanding the transformation of Western democracies*, (pp. 3-28). Palgrave Macmillan.



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 2: TEORI KOMUNIKASI POLITIK

Rosy F. Daud, M.I.Kom.

Universitas Muhammadiyah Kotabumi

---

# BAB 2

## TEORI KOMUNIKASI POLITIK

---

Para ahli komunikasi mendefinisikan proses komunikasi sebagai *“knowing what he want to communicate and knowing how he should deliver his message to give it the deepest penetration possible in to the minds of his audience.”* Definisi tersebut mengindikasikan bahwa karakter komunikator selalu berusaha meraih keberhasilan semaksimal mungkin dalam menyampaikan pesan *“the deepest penetration possible.”* Artinya pengertian komunikasi bersumber dari gagasan komunikator yang ingin disampaikan pihak penerima dengan segala daya dan usaha, bahkan tipu daya agar pihak penerima mengena, memahami dan menerima lewat pesan-pesan yang disampaikan. (Tabroni, 2012)

Politik adalah suatu disiplin ilmu pengetahuan yang berdiri sendiri, politik juga seni, karena sudah berapa banyak kita melihat para politikus yang tanpa pendidikan ilmu politik, tetapi mampu berkiat dalam hal politik karena memiliki bakat yang dibawa sejak lahir dari naluri sanubarinya sebagai seniman politik, sehingga dengan karismatik menjalankan roda politik praktis.

Politik juga dapat dikatakan sebagai ilmu karena merupakan pengetahuan yang memiliki objek, subjek, metodologi, sistem, terminologi, ciri, teori yang khas dan spesifik serta diterima secara universal di seluruh dunia, disamping dapat diajarkan dan dipelajari oleh orang banyak. (Syafie, 2010)

Pengertian Komunikasi Politik Menurut Nimmo, Politik berasal dari kata polis yang berarti negara, kota, yaitu secara totalitas merupakan kesatuan antara negara (kota) dan masyarakatnya. Kata polis ini berkembang menjadi politicos yang artinya kewarganegaraan. Dari kata politicos menjadi politera yang berarti hak-hak kewarganegaraan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Arifin, 2011. *Komunikasi Politik Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Inu Kencana Syafie, 2010. *Ilmu Politik*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Lely Arriane, 2010. *Komunikasi Politik:Politisi dan Pencitraan di Panggung Politik*, Bandung: Widya Padjadjaran.
- Roni Tabroni, 2012. *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 3: STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK

Abdullah Mitrin, S.I.Kom., M.I.Kom.

Universitas Hang Tuah Pekanbaru

---



# BAB 3

## **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Sebagai makhluk yang diberikan akal sehat oleh tuhan, diciptakan dengan segala kesempurnaan, manusia tidak menjadi tunggal didalam berinteraksi dengan bermasyarakat, saling ketergantungan menjadi ciri manusia sosial dalam pemenuhan kebutuhan, baik itu kebutuhan jasmani maupun rohani. Peran komunikasi sangat penting didalam kehidupan bermasyarakat, tidak terkecuali komunikasi interpersonal. Komunikasi verbal serta non verbal menjadi dua pembagi komunikasi interpersonal didalam kehidupan bermasyarakat dan memiliki peran yang sangat luar biasa. Komunikasi jika dilihat dari aspek psikologi di mulai dengan terdapatnya dorongan kepada panca indra kita yang berwujud data. Jika dijelaskan secara terperinci segala hal yang bisa memengaruhi kita merupakan bagian dari stimuli yang terpecah dari beberapa stimuli, misalnya penciuman, suara dan pemandangan, karena memang stimuli itu berbentuk warna, orang, pesan maupun suara. Kemudian stimuli ini diolah oleh jiwa kita secara tersembunyi tanpa sepengetahuan kita, kita hanya bisa mengambil kesimpulan dari setiap proses yang terjadi.

Dari aspek psikologi komunikasi, bisa kita simpulkan bahwasanya semakin baik hubungan antarpribadi seseorang maka akan semakin terbuka untuk saling mengungkapkan diri, akan semakin cermat terhadap persepsi orang lain juga dirinya sendiri, dengan demikian komunikasi yang terjalin akan semakin efektif diantara komunikan. Didalam perkembangan intelektual dan social kita sehari hari sangat dipengaruhi oleh komunikasi antarpribadi, dengan demikian dampak yang sangat baik dari berkomunikasi dengan orang lain tentunya dengan terbentuknya identitas diri dan jati diri, meskipun kita hanya berkomunikasi dengan orang terdekat saja misalnya orang tua kita sendiri, itu bisa kita anggap sebagai hal yang sangat berguna juga bermanfaat. Jika kita berbicara tentang

## DAFTAR PUSTAKA

- Hine, Christine, 2001, *Virtual Ethnography*, Sage Publication Ltd, London.
- Junaedi, Fajar, 2011, *Komunikasi 2.0; Teoretisasi dan Implikasi*. Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu ASPIKOM).
- Littlejohn, Stephen W, and Karen A Foss, 2008, *Theories of Human Communication*, Thomson Wadsworth, Belmont California.
- McQuail, Denis, 2010, *Mass Communication Theory*, Sage Publications Ltd, London.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual. Riset Komunikasi, Budaya dan Sosio Teknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Shield, Rob, 2003, *The Virtual*, Routledge, London and New York.
- Spradley, J.P. (2007). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Stokes, Jane 2003, *How To Do Media and Cultural Studies*, Sage Publication Ltd, London.
- West, Richard and Lynn H Turner, 2007, *Introducing Communication Theory; Analysis and Application*, The McGraw Hill Companies Inc, New York.



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 4: MEDIA DAN KOMUNIKASI POLITIK

Nurul Intan Pratiwi, S.Sos., M.Si.

Politeknik Negeri Jakarta

---

# BAB 4

## **MEDIA DAN KOMUNIKASI POLITIK**

---

*Media mampu menyampaikan serta menjangkau khalayak dalam jumlah yang sangat besar dan serentak. Media merupakan pranata sosial yang kehadirannya membawa manfaat bagi masyarakat secara luas. Media juga mampu berperan sebagai alat kontrol sosial, pembatasan pemerintah, dan sarana penunjang ekonomi. Pada era internet, hampir tidak ada sektor kehidupan yang mampu lepas dari peran media.*

Media komunikasi politik adalah alat atau sarana para komunikator politik dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Misalnya media cetak, media elektronik, media daring, sosialisasi, komunikasi kelompok partai, organisasi masyarakat, dan sebagainya. Saluran komunikasi politik merupakan alat untuk membantu menyampaikan pesan politik secara praktis. Dengan kata lain, saluran komunikasi politik merupakan media untuk berkomunikasi politik.

Komunikasi politik merupakan hal yang tak bisa dilepaskan dari kehidupan politik. Komunikasi politik menjadi sebuah bagian dalam sebuah tatanan sistem politik yang kompleks. Peran komunikasi dalam dunia politik menjadi sebuah hal yang mutlak adanya mengingat komunikasi menjadi kunci bagi sebuah kesuksesan suatu proses politik.

Di era modern seperti sekarang komunikasi politik telah berkembang dan bertransformasi terutama dalam pemanfaatan mediana. Kini komunikasi politik cenderung tersampaikan secara massa dari masing-masing pihak, baik pemerintah, politisi maupun masyarakat pada umumnya. Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi membuat media, baik cetak maupun elektronik, mampu mengantarkan informasi kepada khalayak dengan sangat efektif. Pada era seperti sekarang, media menjadi bagian tidak terpisahkan dalam proses politik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gurevitch, Michael, James Curran. 2005. *Mass media and Society, Edition: 4*. Bloomsbury Academic.
- McQuail, Denis. 2006. *Mass Communication Theory*. 6<sup>th</sup> edition. Singapore: Sage Publication.
- Nasution, Zulkarimen. 1990. *Komunikasi Politik: Suatu pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 5: KOMUNIKASI POLITIK DAN PEMILU

Ahmad Mustanir, S.I.P., M.Si.

Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang

# BAB 5

## KOMUNIKASI POLITIK DAN PEMILU

---

### A. PENDAHULUAN

Mendekati penyelenggaraan pemilihan umum legislative serta pilpres tahun 2024, parpol serta para politisi lainnya sudah memperlihatkan sikap agresifnya untuk melakukan sosialisasi agar bisa memperlihatkan eksistensinya, berupaya menyampaikan pesan-pesan perpolitikan namun mereka tidak ingin dikatakan jika kegiatan yang mereka lakukan dikatakan sebagai program kampanye. Komunikasi politik yang dilaksanakan menjelang kampanye yang memanfaatkan media massa utamanya televisi. Beragam penayangan yang didalamnya berisi pesan-pesan perpolitikan dari suatu pihak ataupun komunitas politik sering dilakukan penayangan pada beragam media massa, contohnya televisi. Tapi, disebabkan karena semakin berkembangnya teknologi komunikasi serta informasi, politikus serta calon-calon yang sudah diajukan oleh parpol menggunakan pula media online yakni media sosial menjadi wadah untuk melakukan interaksi serta melakukan komunikasi bersama para masyarakat yang nantinya akan memilih dan menjadi wadah untuk melakukan kampanye. Kegiatan itu telah banyak dilaksanakan jika dilihat sekarang ini telah banyak orang yang menggunakan media sosial dan kian bertambah dari masa ke masa (Junaedi et al., 2019).

Kampanye lewat periklanan pada media online serta media massa, sudah memberikan bukti bahwa cara kampanye tersebut bisa memberikan suatu efek terhadap tindakan pemilihan yang ditampakkan rakyat pada proses pemilihan umum. Pengaruh itu seperti berubahnya pendapat, pandangan, sifat, ataupun tindakan; adanya sikap makro bisa timbul pada seseorang ataupun kelompok yang terjadi dengan merata terhadap sebuah sistem sosial; memiliki sifat langsung, sebab hanya karena isu dari suatu media ataupun dengan menyeluruh; serta bisa stabil ataupun bersifat fatal (Gayatri, 2010.)

## DAFTAR PUSTAKA

- Almahdali, H., Mustanir, A., Katili, A. Y., Yunus, N. R., Tribakti, I., Rifa'i, I. J., Andika, A., Ibrahim, M. M., Saragih, G. M., & Utama, A. S. (2023). *Sistem Politik Indonesia*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Anom, E. (2017). *SISTEM POLITIK DAN KOMUNIKASI POLITIK: SEBUAH PENGANTAR Bahan Ajar MK. Komunikasi Politik*.
- Elda. (2020). Komunikasi Politik oleh Komunitas Partai Dalam Pemilu Legislatif di Indonesia. *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 3(1).  
<https://doi.org/10.32734/lwsa.v3i1.805>
- Herman, A. (2013). *Dasar Dasar Komunikasi Politik*. UNTAD Press.
- Junaedi, F., Sukmono, F. G., Anshori, A., Adhani, A., Nautico, T., Wahyudi, S., Mulyana, S., Setiaman, A., Rihartono, S., Tarigan, R. E., Husain, M. N., Tarifu, L., Ridwan, H., Rosit, M., Yuliani, F., Adriadi, R., Safitra, L., Yanuar, F., Qorib, F., ... Qorib, F. (2019). *Komunikasi Politik di Indonesia*. Litera.
- Prayitno, B. (2020). Birokrasi Dan Politik: Problematika Dalam Keniscayaan Administrasi Publik. *Jurnal Wacana Kinerja: Kajian Praktis-Akademis Kinerja Dan Administrasi Pelayanan Publik*, 14(1), 133–149.  
<http://jwk.bandung.lan.go.id/ojs/index.php/jwk/article/view/303>
- Susanto, E. H. (2013). Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 163–172.  
<https://doi.org/10.24198/jkk.vol1n2.6>
- Susanto, E. H. (2013). *Komunikasi Politik, Pesan Kepemimpinan dan Khalayak* (Vol. 4, Issue 1). Mitra Wacana Media.
- Syarbaini, S., Nur, S. M., & Anom, E. (2021). *Teori Media dan Strategi Komunikasi Politik*. ESA Unggul Press.





# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 6: KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMERINTAHAN

Dr. Dra. Dortje L. Y. Lopulalan, M.Si.

Universitas Pattimura, Ambon

---

# BAB 6

## **KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMERINTAHAN**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Komunikasi politik pada hakekatnya sebagai jembatan penghubung antara suprastruktur dan infrastruktur yang bersifat interdependensi dalam ruang lingkup negara. Komunikasi ini bersifat timbal balik atau dalam pengertian lain saling merespons sehingga mencapai saling pengertian dan diorientasikan sebesar-besarnya untuk kepentingan rakyat. Komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan politik pada masa depan (Ardial, 2010). Karena pada kenyataannya keberadaan pemimpin politik sangat dibutuhkan dalam setiap aktivitas kegiatan komunikasi politik.

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 kepada upaya untuk mewujudkan loyalitas dan integritas nasional untuk mencapai tujuan negara yang lebih luas. Suprastruktur Politik, adalah sebuah kegiatan lembaga yang mengundang pada kegiatan terhadap komunikasi dan politik suprastruktur dengan fungsi pada lembaga pemerintah yang berkomunikasi untuk mencapai tujuan dalam pembangunan nasional

*Kedua*, fungsi yang berada pada struktur masyarakat (infrastruktur politik) yang disebut pula dengan istilah *the socio political sphere*, yaitu sebagai agregasi kepentingan dan artikulasi kepentingan, dimana kedua fungsi tersebut sebagai proses komunikasi yang berlangsung di antara kelompok asosiasi dan proses penyampaian atau penyaluran isi komunikasi terhadap pemerintah dari hasil agregasi dan artikulasi

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, A. N. (2008). *Kebijakan komunikasi: Konsep, hakekat dan praktek*. Penerbit Gaya Media.
- Aly, B. (2010). Komunikasi Pembangunan dengan Aksentuasi Komunikasi Politik. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 8(2).  
<https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.8.2>.
- Ardial,. (2010). *Komunikasi Politik*. PT Indeks.
- Bruce Stinebrickner. (2015). Robert a. Dahl and the essentials of modern political analysis: Politics, influence, power, and polyarchy. *Journal of Political Power*, Volume 8,(Issue 2), Pages 189-207.
- Cornish, L., & Dunn, A. (2009). (n.d.). Creating knowledge for action: The case for participatory communication in research. *Development in Practice*, 19(4-5), 665-677.  
<https://doi.org/10.1080/09614520902866330>
- Dan Nimmo. (2005). *Komunikasi Politik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Hasmawati, F. (2020). Karakteristik Komunikator Yang Efektif Dalam Komunikasi Antar Pribadi. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 4(2), 69-95.
- Kartiwa, Asep. (2013). *Sistem Politik Indonesia*. CV Pustaka Setia.
- Mukarom, Z. (2020). *Teori-teori komunikasi*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Saragih, R. dan S. A. (2017). Peran Komunikasi Politik Pemerintahan Dalam Upaya Peningkatan Partisipatif Masyarakat Dalam Pemanfaatan Dana desa. *REFORMASI*, 7(1), 59-69.
- Susanto, Ek. H. (2009). *Komunikasi Politik dan Otonomi Daerah. Tinjauan Terhadap Dinamika Politik dan Pembangunan* ((A. C. W. Wardani (ed.)).). file:///C:/Users/HP/Downloads/DOKUMEN BUKU 1.pdf
- Yudhatama, I. (2017a). Komunikasi Politik dan Partisipasi Warga dalam Arena Perencanaan dan Penganggaran Dana Keistimewaan DIY. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(3).  
<https://doi.org/10.31315/jik.v15i3.2172>

Yudhatama, I. (2017b). Komunikasi Politik dan Partisipasi Warga dalam Arena Perencanaan dan Penganggaran Dana Keistimewaan DIY. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(3), 205. <https://doi.org/10.31315/jik.v15i3.2172>



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 7: KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL

Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si.

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

---

# BAB 7

## **KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Revolusi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) secara dramatis membawa perubahan yang signifikan di segala lini mulai dari peningkatan akses publik ke informasi, peningkatan peluang masyarakat sipil untuk terlibat dalam kebijakan politik, dan jejaring sosial yang luas. Dalam bidang politik, teknologi informasi dan komunikasi dipandang mampu membentuk dan memediasi lembaga dan aktivitas politik dewasa ini. Menurut Loader & Mercea (2011), teknologi media baru berperan dalam memberikan akses kepada publik terhadap informasi dan dokumen pemerintah, strategi dan konten kampanye politik, sikap dan preferensi pemilih, sarana aktivis menyebarkan pesan-pesan mereka, dan cara-cara di mana topik menjadi wacana publik.

Politisi, partai politik, dan institusi politik lainnya secara beramai-ramai menggunakan media sosial agar bisa selalu terhubung dengan pemilih dan konstituen. Melalui organisasi, penggalangan dana, dan pemberitaan, internet dan teknologi media baru lainnya telah mengubah cara politisi menjalankan kampanye dan pemerintahannya. Penting untuk mempelajari bagaimana politisi menggunakan media sosial karena platform tersebut didasarkan pada model komunikasi dua arah, tidak seperti media tradisional. Media baru telah secara radikal mengubah cara lembaga pemerintah beroperasi, cara para pemimpin politik berkomunikasi, cara pemilu dipertandingkan, dan keterlibatan warga negara dalam kontestasi politik. Meskipun belum dua dekade usianya, media sosial sekarang telah memiliki miliaran pengguna dan menghasilkan efek sosial serta ekonomi yang besar. Di masa depan, efek kognitif diharapkan lebih positif karena semakin banyak orang yang melek digital dan tuntutan perusahaan media sosial untuk bertanggung jawab atas peredaran informasi hoaks, palsu, hingga ujaran kebencian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adler, R. P., & Goggin, J. (2005). What Do We Mean By “Civic Engagement”? *Journal of Transformative Education*, 3(3), 236–253. <https://doi.org/10.1177/1541344605276792>
- Arackal, F. (2015). *Social Media as a Tool for Political Communication*.
- Binder, A., Heiss, R., Matthes, J., & Sander, D. (2021). Dealigned but mobilized? Insights from a citizen science study on youth political engagement. *Journal of Youth Studies*, 24(2), 232–249. <https://doi.org/10.1080/13676261.2020.1714567>
- Bode, L., Vraga, E. K., Borah, P., & Shah, D. V. (2014). A New Space for Political Behavior: Political Social Networking and its Democratic Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 414–429. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/jcc4.12048>
- Boukes, M. (2019). Social network sites and acquiring current affairs knowledge: The impact of Twitter and Facebook usage on learning about the news. *Journal of Information Technology & Politics*, 16(1), 36–51. <https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1572568>
- Boulianne, S. (2011). Stimulating or Reinforcing Political Interest: Using Panel Data to Examine Reciprocal Effects Between News Media and Political Interest. *Political Communication*, 28(2), 147–162. <https://doi.org/10.1080/10584609.2010.540305>
- Daşlı, Y. (2019). *Use of Social Media as a Tool for Political Communication in the Field of Politics*. 243–251.
- Eckstein, K., Noack, P., & Gniewosz, B. (2012). Attitudes toward political engagement and willingness to participate in politics: trajectories throughout adolescence. *Journal of Adolescence*, 35(3), 485–495. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2011.07.002>
- Ekman, J., & Amnå, E. (2012). *Political participation and civic engagement: Towards a new typology*. 22(3), 283–300. <https://doi.org/doi:10.2478/s13374-012-0024-1>
- 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>
- Goh, D., Ling, R., Huang, L., & Liew, D. (2019). News sharing as reciprocal exchanges in social cohesion maintenance. *Information, Communication & Society*, 22(8), 1128–1144. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1406973>
- Hendricks, J., & Denton Jr, R. (2010). Political campaigns and communicating with the electorate in the twenty-first century. In *Communicator-in-Chief: How Barack Obama Used New Media Technology to Win the White House* (pp. 1–18). Lexington Books.
- Hopmann, D. N., Matthes, J., & Nir, L. (2015). Informal Political Conversation Across Time and Space: Setting the Research Agenda. *International Journal of Public Opinion Research*, 27, 448–460. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edv043>
- Hwang, H., & Kim, K.-O. (2015). Social media as a tool for social movements: the effect of social media use and social capital on intention to participate in social movements. *International Journal of Consumer Studies*, 39(5), 478–488. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/ijcs.12221>
- Johnson, D. (2011). *Campaigning in the twenty-first century: A whole new ballgame?* 1–137. <https://doi.org/10.4324/9780203878965>
- Kahne, J., & Bowyer, B. (2018). The Political Significance of Social Media Activity and Social Networks. *Political Communication*, 35(3), 470–493. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1426662>
- Kearney, M. (2013). *Political discussion on facebook: An analysis of interpersonal goals and disagreement*. University of Kansas.
- Lewis, J. (2021). *WHAT DO SOCIAL MEDIA ACTIVITY AND SOCIAL NETWORKS MEAN FOR POLITICS*. <http://Turkishpolicy.Com/>. <http://turkishpolicy.com/article/1078/what-do-social-media-activity-and-social-networks-mean-for-politics>
- Loader, B. D., & Mercea, D. (2011). NETWORKING DEMOCRACY? *Information, Communication & Society*, 14(6), 757–769. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.592648>
- Matthes, J., Heiss, R., & van Scharrel, H. (2023). The distraction effect. Political and entertainment-oriented content on social media,



- political participation, interest, and knowledge. *Computers in Human Behavior*, 142, 107644. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107644>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <http://www.jstor.org/stable/2747787>
- Nacht, R. (2008). New Media, New Influencers and Implications for Public Relations. *Society*.
- Nulty, P., Theocharis, Y., Popa, S., Parnet, O., & Benoit, K. (2016). Social media and political communication in the 2014 elections to the European Parliament. *Electoral Studies*, 44. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2016.04.014>
- Okoye, J., & Oparaugo, B. (2019). *An introductory text on political communication*. Enizol Ventures.
- Oparaugo, B. (2021). Media and Politics: Political Communication in the Digital Age. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3780554>
- Owen, D. (2017). *New Media and Political Campaigns of a single chapter of a title in Oxford Handbooks Online for personal use (for details see Privacy Policy New Media and Political Campaigns The Oxford Handbook of Political Communication Oxford Handbooks Online*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.016>
- Poulakidakos, S., & Veneti, A. (2016). *Political Communication and Twitter in Greece: Jumps on the Bandwagon or an Enhancement of the Political Dialogue?* (pp. 119–146). <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-9879-6.ch007>
- Quintelier, E. (2007). Differences in Political Participation between Young and Old People. *Contemporary Politics*, 13, 165–180. <https://doi.org/10.1080/13569770701562658>
- Skoric, M., & Zhu, Q. (2015). Social Media and Offline Political Participation: Uncovering the Paths From Digital to Physical. *International Journal of Public Opinion Research*, 28. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edv027>

- Sloam, J. (2014). "The outraged young": Young Europeans, civic engagement and the new media in a time of crisis. *Information, 17*. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.868019>
- Wei, R., & Xu, L. Z. (2019). *New Media and Politics: A Synopsis of Theories, Issues, and Research*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.104>
- Weiß, J. (2020). What Is Youth Political Participation? Literature Review on Youth Political Participation and Political Attitudes. *Frontiers in Political Science, 2*. <https://doi.org/10.3389/fpos.2020.00001>



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 8: ETIKA DALAM KOMUNIKASI POLITIK (BAGIAN A)

Nurhana Marantika, M.A.

Universitas Darussalam (UNIDA) Gontor

---

# BAB 8

## **ETIKA DALAM KOMUNIKASI POLITIK**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Dalam praktek komunikasi setidaknya terdapat 5 (lima) unsur komunikasi, yaitu komunikator, pesan, chanel/saluran, komunikan (penerima pesan) dan efek komunikasi. Agar komunikasi berjalan lancar sesuai dengan maksud dan tujuan komunikator maka terdapat banyak hal yang harus dipenuhi salah satunya adalah etika dalam berkomunikasi. Etika dalam komunikasi sangat diperlukan agar maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dalam berkomunikasi tersampaikan dengan cara yang baik sehingga komunikan (penerima pesan) menerimanya dengan senang, yang dengan itu juga terjalin komunikasi yang harmonis. Etika harus dibangun dalam komunikasi karena merupakan norma atau nilai hasil kesepakatan manusia yang kemudian dijadikan pandangan dan pedoman perilaku, penting untuk memahami dan mengetahui etika untuk menjalani kehidupan sosial. Maka, etika dalam berkomunikasi itu perlu memperhatikan perilaku yang tepat, menjadi efektif dan efisien, dan menghormati satu sama lain.

Etika juga sering disamakan dengan moralitas. Namun yang membedakan etika dan moralitas adalah nilai-nilai perilaku seseorang atau masyarakat yang dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan etika mencakup persoalan-persoalan tentang hakikat kewajiban moral, prinsip-prinsip moral dasar yang harus manusia ikuti dan yang baik bagi manusia. Etika komunikasi yang baik akan menciptakan hubungan yang baik dan harmonis antar manusia. Sebaliknya tanpa adanya pengetahuan etika komunikasi maka akan terjadinya kesalahpahaman yang menimbulkan perselisihan dan pertengkarannya sehingga dapat memecahbelah kehidupan manusia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanu, H., & Evanne, L. (2021). Peran Efek Komunikasi Politik Dalam Kekisruhan Di Partai Demokrat. *Jurnal Balayudha*, 1(1), 26–32. <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/view/151%0Ahttps://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/download/151/78>
- Junaedi, F. (2019). *Etika Komunikasi Di Era Siber*. Rajawali Pers.
- Kaid, L. L. (2004). Handbook of political communication research. In *Handbook of Political Communication Research*. <https://doi.org/10.4324/9781410610584>
- Maulana, W., Anisa, R., Darmawan, R. S., Silpia, S., Nisa, S. A., Jurusan, M., Tata, H., Gunung, S., & Bandung, D. (2023). *Etika dan Efek Komunikasi Politik Pada Pemilu Di Indonesia*.
- Mufid, M. (2015). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Kencana.
- Mukarom, Z. (2016). *Komunikasi Politik* (Pustaka Se).
- Nimmo, D. (2011). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Remaja Rosdakarya.
- Shahreza, M. (2016). Proses dan Elemen-Elemen Komunikasi Politik. *Etika Komunikasi Politik*, 893, 1–69.
- Shahreza, M. (2016). Proses dan Elemen-Elemen Komunikasi Politik. *Etika Komunikasi Politik*, 893, 1–69.
- Shahreza, M. (2016). Etika Komunikasi Politik. In *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum* (Vol. 3, Issue 2). [file:///C:/Users/USER/Downloads/Etika Komunikasi Politik \(Mirza Shahreza\) \(3\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Etika%20Komunikasi%20Politik%20(Mirza%20Shahreza)%20(3).pdf)
- Tabroni, R. (2012). Etika Komunikasi Politik dalam Ruang Media Massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 105–116.



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 8: ETIKA DALAM KOMUNIKASI POLITIK (BAGIAN B)

Dr. Maria Puspitasari, M.Si.

Universitas Indonesia

---

# BAB 8

## ETIKA DALAM KOMUNIKASI POLITIK

---

### A. PENDAHULUAN

Dalam pengantar di bukunya, William W. Neher menunjukkan bahwa etika dikaitkan dengan perilaku komunikasi seorang individu, maupun kelompok dalam masyarakat (2020, 1-2). Pertanyaan yang biasa diajukan terkait dengan perilaku komunikasi adalah, apakah perilaku tersebut benar atau salah, baik atautkah buruk. Salah satu hal yang menurut Neher perlu dicermati adalah siapa yang memberikan penilaian tentang benar-salahnya suatu perilaku komunikasi? Kerap kali kita menemukan kesan bahwa penilaian benar-salah merupakan masalah nilai dan keyakinan yang bersifat personal ataupun individual. Muncul sebuah perasaan bahwa argumen yang kita sampaikan ketika membuat penilaian tentang benar atau salahnya sebuah perilaku komunikasi membutuhkan pembenaran untuk meyakinkan bahwa penilaian kita bukan semata-mata karena bias dan subjektivitas berlebihan yang kita miliki.

Dalam kasus pada sepanjang bulan Juli-Agustus 2023, ketika seorang politisi yang mengaku sebagai intelektual bernama Rocky Gerung meramalkan jagad pemberitaan, baik di media mainstream seperti televisi maupun media daring. Kegaduhan bermula ketika Gerung merumuskan sebuah penilaian tentang kinerja Presiden RI Joko Widodo dengan membuat penjurukan yang dinilai negatif (Nugraheny, 2023). Penjurukan tersebut bagi sebagian besar masyarakat dianggap tidak elok, tidak pantas, tidak santun, dan bahkan tidak etis. Meski ternyata ditemukan bahwa sebagian masyarakat, sebagaimana nampak dalam media sosial, penjurukan tersebut semacam menjadi oase atas kekecewaan mereka kepada kinerja presiden RI tersebut.

Kasus tersebut di atas menunjukkan bahwa untuk perilaku komunikasi yang telah dilakukan oleh Rokcy Gerung menghasilkan dua macam penilaian, satu pihak menilai sebagai benar, pihak yang lain menilainya

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, A. 2023. "Legislator PKS: Pekerja JIS Sedih Karyanya Diacak-acak", dalam [rmol.id](https://politik.rmol.id/read/2023/07/09/580775/legislator-pks-pekerja-jis-sedih-karyanya-diacak-acak)  
<https://politik.rmol.id/read/2023/07/09/580775/legislator-pks-pekerja-jis-sedih-karyanya-diacak-acak>
- CNN Indonesia, 2020. "Gatot Klaim Pernah Bicara Senjata Biologis: Hari Ini Covid-19"  
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200818132546-32-536832/gatot-klaim-pernah-bicara-senjata-biologis-hari-ini-covid-19>
- Corebima, YAK. 2023. "JIS Kebanggaan Anies Diacak-acak Dua Menteri Jokowi, Rocky Gerung Ngegas: Cemas Kalah Rumput pun Dibongkar, Sungguh Piawai dalam Idiot!" dalam [Populis.id](https://populis.id/read59911/jis-kebanggaan-anies-diacak-acak-dua-menteri-jokowi-rocky-gerung-ngegas-cemas-kalah-rumput-pun-dibongkar-sungguh-piawai-dalam-idiot)  
<https://populis.id/read59911/jis-kebanggaan-anies-diacak-acak-dua-menteri-jokowi-rocky-gerung-ngegas-cemas-kalah-rumput-pun-dibongkar-sungguh-piawai-dalam-idiot>
- Dirgantara, A. 2023. "Jokowi Perintahkan JIS Direnovasi Sesuai Standar", *kompas.com* <https://nasional.kompas.com/read/2023/06/29/16245881/jokowi-perintahkan-jis-direnovasi-sesuai-standar>
- Farisa, FC. 2023. "Anies: Banyak Rakyat Sakit Datang ke RS Bukannya Sembuh, Malah Jadi Miskin", *kompas.com*  
<https://nasional.kompas.com/read/2023/08/07/10281951/anies-banyak-rakyat-sakit-datang-ke-rs-bukannya-sembruh-malah-jadi-miskin>
- Goldzwig, SR & Sullivan PA, "Political communication ethics: postmodern opportunities and challenges.". dalam Cheney, G., May S. & Mushi, D. eds. 2011. *The handbook of communication ethics*. NY and London: Routledge, h. 273-293
- Haryatmoko, 2007. *Etika komunikasi: manipulasi media, kekerasan dan pornografi*. Yogyakarta: Kanisius
- Held, D. 2006. *Models of democracy, 3<sup>rd</sup> edition*. Stanford University Press
- Hoskyns, T. 2014. *The Empty Place: Democracy and public space*. New York: Routledge



- Huda, L. 2022. ""Citayam Fashion Week" kian tenar, gubernur hingga penyanyi "dompleng" popularitas kawasan Dukuh Atas." dalam Kompas.com
- Kominfo, 2021. "[DISINFORMASI] Jokowi adalah Presiden Pertama yang Menginjakkan Kaki di Tanah Papua". [https://www.kominfo.go.id/content/detail/37499/disinformasi-jokowi-adalah-presiden-pertama-yang-menginjakkan-kaki-di-tanah-papua/0/laporan\\_isu\\_hoaks](https://www.kominfo.go.id/content/detail/37499/disinformasi-jokowi-adalah-presiden-pertama-yang-menginjakkan-kaki-di-tanah-papua/0/laporan_isu_hoaks)
- Kriesi, H., ed. 2012. *Political communication in direct democratic campaigns: enlightening or manipulating?* US: Palgrave Macmillan
- McChesney, R. 1999. "Rich media, poor democracy," dalam Negrine, R & Stanyer, J. 2007. *The political communication reader*. London & New York: Routledge
- Naufal, M. 2022. "Saat Pemkot Jakpus Larang "Citayam Fashion Week", tapi Justru Diramaikan Anies Baswedan...": <https://megapolitan.kompas.com/read/2022/07/22/14251891/saat-pemkot-jakpus-larang-citayam-fashion-week-tapi-justru-diramaikan?page=all>.
- Neher, WW. 2020. *Communicating Ethically: Character, Duties, Consequences, and Relationships. Third Edition*. NY: Routledge
- Nephgrine, R. & Stanyer, J., eds. 2007. *The political communication reader*. NY and London: Routledge
- Nugraheny, DE. 2023. "Dihina Rocky Gerung, Jokowi: Itu Hal Kecil, Saya Kerja Saja". *Kompas.com* <https://nasional.kompas.com/read/2023/08/02/11492451/dihina-rocky-gerung-jokowi-itu-hal-kecil-saya-kerja-saja>.
- Papacharissi, Z. 2002. "The virtual sphere, The internet as a public sphere". *Journal of New Media & Society*, Vol.4 no.1 pp. 9–27
- Puspitasari, M. 2023. "Etika profesi *Public relations*", dalam Damayanti, E. ed. 2023. *Praktik Public relations*, Bandung: Widina
- Puspitasari, 2018. "Binary Opposition in narrations of "native" di social media." *Jurnal Komunikasi*.Vol 3 No. 1. <http://www.jurnal-iski.or.id/index.php/jkiski/article/view/146/0>
- Puspitasari, 2012. "Kontestasi pemaknaan teks "pluralisme" dalam arena media sosial.". *Disertasi*. FISIP Universitas Indonesia

- Puspitasari, 2016. *Komunikasi krisis: strategi mengelola dan memenangkan citra di mata publik*. Jakarta: Libri
- Ravianto, 2023. <https://jabar.tribunnews.com/2023/07/04/sekolah-sebut-siswa-smp-yang-bakar-sekolah-cuma-caper-federasi-guru-bukti-tak-paham-psikologi-anak>
- Rosmayanti, 2022. "Ustaz Abdul Somad Larang Jemaah Sebut Minggu: Itu Artinya Hari Menyembah Yesus Kristus!" *Warta ekonomi.co.id*  
<https://wartaekonomi.co.id/read417844/ustaz-abdul-somad-larang-jemaah-sebut-minggu-itu-artinya-hari-menyembah-yesus-kristus>
- Vilmer, JBJ., Escorcia, A., Guillaume, M., & Herrera, J. 2018. *Information manipulation: a challenge for our democracies*. A report by the Policy Planning Staff. CAPS, Ministry for Europe and Foreign Affairs) and the Institute for Strategic Research (IRSEM, Ministry for the Armed Forces).
- Wiguna, DKS., 2022. "Perilaku LGBT di Citayam Fashion Week diminta diwaspadai."  
<https://babel.antaranews.com/berita/289489/perilaku-lgbt-di-citayam-fashion-week-diminta-diwaspadai>
- Wilcox, DL & Cameron, GT. 2009. *Public Relations: Strategies and Tactics, ninth edition*. United States: Pearson Education Inc.



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 9: PERBANDINGAN SISTEM POLITIK DAN KOMUNIKASI POLITIK

Maya Sari, S.S., M.Si.

IAIN Fattahul Muluk Papua

---

# BAB 9

## PERBANDINGAN SISTEM POLITIK DAN KOMUNIKASI POLITIK

---

### A. PENDAHULUAN

Tema-tema studi komunikasi politik pada umumnya berkisar di seputar, bagaimana peranan komunikasi di dalam fungsi politik, sebagai contoh menurut Alfian dalam bukunya "Komunikasi Politik dan Sistem Politik (1993), bahwa komunikasi politik diasumsikan sebagai yang menjadikan sistem politik itu hidup dan dinamis. Komunikasi politik mempersembahkan semua kegiatan sistem politik, sehingga aspirasi dan kepentingan dikonversikan menjadi berbagai kebijaksanaan komunikasi politik memiliki definisi yang beragam. Fagen mendefinisikan komunikasi politik sebagai aktifitas komunikasi yang bersifat politis yang akibat-akibatnya, baik nyata maupun terpendam, dapat menjadikan sistem politik berjalan secara fungsional.

Sebelum lebih jauh membahas tentang komunikasi politik, kita terlebih dahulu harus memahami konsep komunikasi dan konsep politik. Pendapat yang dikemukakan oleh Schram (1954) menggambarkan proses komunikasi berlangsung secara dua arah baik pengirim pesan atau penerima pesan dapat berganti peran dalam mengirim dan menerima pesan. Pendapat lainnya dikemukakan oleh Cherry (1964): Komunikasi adalah usaha untuk membuat satuan sosial dari individu dengan menggunakan bahasa atau tanda. Dan juga memiliki serangkaian peraturan untuk berbagai kegiatan mencapai tujuan.

Ada pula pengertian komunikasi menurut Book (1980) dalam Cangara (2006:22) yang mengatakan komunikasi adalah suatu interaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar sesama manusia melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu. Lain hal nya dengan

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian. 1991. Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ali, Novel. 1999. Peradaban Komunikasi Politik. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Almond, Gabriel dan James S. Coleman [Eds.]. 1960. The Politics of the Developing Areas. Princeton University Press.
- Cangara, Hafied. 2011. Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Dahl, Robert A. dan Bruce. 2002. Modern Political Analysis. Pearson
- Easton. David. 1965. A Framework for Political Analysis. Prentice-Hall, Inc.
- Junaedi, Fajar. 2013. Komunikasi Politik (Teori, Aplikasi dan Strategi di Indonesia). Yogyakarta, Buku Litera Yogyakarta.
- Laswell, Harold. 1958. Politics: Who Gets What, When, How. New York. Meridian Books
- Macridis, Roy C. dan Brown, Bernard E. 1996. Perbandingan Politik, (Eds), Jakarta: Erlangga
- McNair, Brian, 2003, An Introduction to Political Communication, ed. 3rd, London: Routledge.
- Nimmo, Dan, 1989. Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek (Edisi Terjemahan oleh Tjun Surjaman), Edisi Kedua. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Macridis, Roy C. dan Brown, Bernard E. 1996. Perbandingan Politik Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Meadow, Robert G. 1980. Politics as communication. Ablex Publishing Corporation, New Jersey.
- Pawito. 2009. Komunikasi Politik: Media massa dan Kampanye Pemilihan. Yogyakarta: Jalasutra
- Subiakto, Henry. 2015. Komunikasi politik media demokrasi Edisi 3. Jakarta: Gramedia



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 10: ISU – ISU KONTEMPORER DALAM KOMUNIKASI POLITIK

Siti Mayasari Pakaya, S.Sos., M.I.Kom.

Universitas Negeri Gorontalo

---

# BAB 10

## **ISU – ISU KONTEMPORER DALAM KOMUNIKASI POLITIK**

---

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat ini, komunikasi politik telah menjadi konsumsi masyarakat dan menjadi elemen yang sangat krusial dalam dinamika politik suatu negara. Dalam kehidupan sehari-hari, secara sadar maupun tidak, kita dapat melihat pertukaran pesan politik yang terjadi antara individu, kelompok, dan institusi politik yang dapat berupa konten atau pesan-pesan terkait komunikasi politik dari berbagai sumber baik secara langsung misalnya pada diskusi dan percakapan di lingkungan sosial, maupun melalui media tertentu seperti televisi, radio, sosial media, komunitas online dan lain sebagainya. Pesan-pesan politik yang disampaikan melalui media kontemporer seperti televisi sering kali menjadi bahan diskusi masyarakat luas. Tidak jarang pula kita melihat percakapan-percakapan dalam forum atau kolom komentar pada berbagai platform social media tentang isu-isu yang hangat untuk diperbincangkan. Para pengguna social media sering memberikan tanggapan, berdiskusi serta menyebarkan pesan secara massif pada berbagai akun sehingga suatu pesan atau konten, dapat menjadi viral dan diketahui oleh masyarakat luas.

Secara umum, konten ataupun pesan yang mulai hangat diperbincangkan oleh masyarakat luas akan menjadi isu. Isu adalah berbagai perkembangan, biasanya di dalam arena publik, yang jika berlanjut, dapat secara signifikan mempengaruhi operasional atau kepentingan jangka panjang dari organisasi. Isu memiliki dampak positif maupun negatif dan dapat langsung atau tidak langsung mempengaruhi organisasi (Harrison, 2008). Isu kontemporer merupakan suatu masalah atau topik yang relevan dalam konteks masa kini yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat. Isu-isu kontemporer sering kali

# DAFTAR PUSTAKA

- Handoyo, E., Susanti, M. H., dan Munandar, M. A. (2016). *Etika Politik* (edisi ke-2). Semarang: Widya Karya. hlm. 271. ISBN 978-602-8517-37-9.
- Farhan, Muhammad A. 2023. *Reputasi Pemerintah Provinsi Lampung Setelah Unggahan Bima Di Laman Sosial Media Tik Tok*. *Journal of Comprehensive Science*. p 2010-2015
- Harrison, F. 2008. *The essentials of public relations for business*. Routledge.
- Pitaloka, Amyra & S, Asathin & Nanida, Asya & Rahmaningtyas, Emilia & Putri, Najwa & Alfiana, Salsabila & Ediyono, Suryo. (2023). *Analisis Terhadap Permasalahan Pembangunan Infrastruktur Di Kota Lampung*.
- Widi, Shilvina. *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>. Diakses tanggal 15 Juli 2023
- Yudhoyono, Susilo B. 2023. *The President Can Do No Wrong: Pilpres 2024 & Cawe-cawe Presiden Jokowi*.

## Referensi Online:

- Setiawan, Jauh Hari Wawan. 2023. *Ternyata Ini Arti Kata Cawe-cawe yang Diucapkan Jokowi*. <https://www.detik.com/jateng/berita/d-6749213/ternyata-ini-arti-kata-cawe-cawe-yang-diucapkan-jokowi> diakses tanggal 25 Juli 2023 20.58 WITA
- Sucahyo, Nurhadi. 2023. *Warganet Beri Respons Negatif terkait Manuver Pilpres Jokowi*. <https://www.voaindonesia.com/a/warganet-beri-respons-negatif-terkait-manuver-pilpres-jokowi/7093491.html> diakses tanggal 25 Juli 10.15 WITA



Afif, Muhammad A. 2023. *Survei INDEF: 92% Warganet Keluhkan Politik Cawe-Cawe Jokowi.*  
<https://www.metrotvnews.com/play/bD2CZPve-survei-indef-92-warganet-keluhkan-politik-cawe-cawe-jokowi> diakses tanggal 26 Juli 2023 20.51 WITA



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 11: KOMUNIKASI POLITIK DALAM KONTEKS HUBUNGAN INTERNASIONAL

Dr. Yeyen Subandi, S.IP., M.A.

Universitas Respati Yogyakarta

---

# BAB 11

## **KOMUNIKASI POLITIK DALAM KONTEKS HUBUNGAN INTERNASIONAL**

---

Perkembangan ilmu atau keilmuan komunikasi sampai saat ini semakin berkembang dengan berbagai macam kajiannya, dengan kata lain bukan hanya fokus pada kajian “komunikasi” semata, tetapi bermunculan beberapa kajian yang bersinggungan dengan kajian keilmuan lain, diantaranya seperti kajian komunikasi internasional dan kajian komunikasi politik. Di dalam kajian komunikasi internasional dalam praktiknya berkaitan juga dengan komunikasi yang dilaksanakan oleh para aktor-aktor politik maupun non-politik dalam konteks Hubungan Internasional (HI). Sementara dalam kajian komunikasi politik bukan hanya melihat antara komunikator dengan komunikator dalam penyampaian pesan-pesan politik dalam dunia politik, tetapi juga komunikasi politik bisa dikatakan sebuah metode atau alat analisis yang baru dalam dunia politik. Lahirnya komunikasi politik yang berlandaskan dari teori tindakan sosial, dan komunikasi politik juga masuk dalam kajian keilmuan komunikasi, tetapi dalam kajian komunikasi yang aplikatif. Pada bab ini akan membahas tentang komunikasi politik, komunikasi internasional, dan komunikasi politik dalam konteks HI.

### **A. PENGERTIAN KOMUNIKASI DAN KOMUNIKASI POLITIK**

Komunikasi bisa dimaknai atau di artikan sebagai suatu proses dari beberapa individu atau kelompok masyarakat yang dapat menciptakan, menggunakan, dan memanfaatkan informasi serta fasilitas yang ada, dengan tujuan dapat terhubung dengan lingkungan yang lainnya, dengan kata lain menurut studi literatur bahwasanya komunikasi itu menyarankan suatu pola pikiran, makna, dan pesan dapat dianut secara bersamaan (Ilahi, 2010). Perihal makna atau arti dari penjelasan tentang komunikasi menurut Larson dan Dance sampai dengan tahun 1976 sudah terdapat

## DAFTAR PUSTAKA

- Asante, Molefi Kete & William B. Gudykunst. (1989). *Handbook of International and Intercultural Communication*. SAGE Publications, Inc. California: Newbury Park.
- Cangara, Hafied. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dance, Frank E.X. & Carl E. Larson. (1976). *The functions of human communication: A theoretical approach*. New York: Holt.
- Eny Inti Suryani. (2019). *Komunikasi Politik: Asal Usul dan Konsep*. *Jurnal Analisis Sosial Politik*. Volume 5. NO 1. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.
- Lilleker, Darren G. Key. (2016). *Concepts in Political Communication*. London: Sage Publication.
- Lynda Lee Kaid (2004). *Handbook of Political Communication Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Maswadi Rauf dan Mappa Nasrun. (1993). *Indonesia dan Komunikasi Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- McDonald, John W., dan Diane B. Bendahmane. (1995). *Conflict Resolution: Track Two Diplomacy*. Rev. ed. Washington, DC: Institute for Multi-Track Diplomacy.
- McNair, Brian. (1999). *An Introduction to Political Communication*. 2nd Edition. London and New York: Routledge.
- McNair, Brian. 2004. *An Introduction to Political Communication*. Routledge: London and New York.
- Miller, K. (2009). *Organizational Communication: Approaches and Processes*. 6th edition. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Mumammad Ridwan. (2013). *Komunikasi Politik dan Diplomasi Berbasis Kearifan Lokal dalam Masa Kampanye Pemilu Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2011*. *Ilmu Pemerintahan*. FISIP Universitas Riau.

- Nanang Trenggono. (2004). Konstruksi Komunikasi Internasional. Jurnal Komunikasi Mediator. Volume 5. Nomor 1. Universitas Islam Bandung.
- Nyarwi Ahmad. (2012). Manajemen Komunikasi Politik dan Marketing Politik: Sejarah, Perspektif dan Perkembangan Riset. Yogyakarta: Pustaka Zaman.
- Sastropoetro, R.A. Santoso. 1991. Komunikasi Internasional: Sarana Interaksi Antarbangsa. Bandung: Penerbit Alumni.
- Shoelhi, Mohammad. (2015). Komunikasi Lintas Budaya dalam Dinamika Komunikasi Internasional. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Shoelhi, Mohammad. (2011). Diplomasi Praktik Komunikasi Internasional. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wahyu Ilaihi. (2010). Komunikasi Dakwah. Bandung: Remaja Rosdakarya.



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 12: METODELOGI PENELITIAN KOMUNIKASI POLITIK

Dr. Neka Fitriyah, M.Si.

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang-Banten

---

# BAB 12

## **METODELOGI PENELITIAN KOMUNIKASI POLITIK**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Kendatipun penelitian ilmu komunikasi politik dapat dijejaki sejak kajian klasik dimulai oleh Aristoteles dan Plato, kajian komunikasi politik menggambarkan kajian yang sangat interdisipliner yang dikembangkan oleh berbagai tokoh. Istilah komunikasi politik kemudian menjadi sangat populer, baik pada tataran internal kajian politik maupun pada tataran internal kajian komunikasi. Mengkaji komunikasi politik, tidak semudah mengkaji persoalan politik *an sich* dari sisi teoritik maupun praksis politik. Kerumitan ini muncul, sebab ada dua variabel keilmuan yang memandu disiplin ilmu ini, yakni “komunikasi” dan “politik”. Kerumitan secara konseptual ini kemudian berdampak luas pada bentuk dan jenis penelitian komunikasi politik.

Komunikasi politik disebut Interdisipliner karena penelitian komunikasi politik melibatkan disiplin-disiplin ilmu diluar bidang komunikasi, misalnya ilmu politik, jurnalisme, sosiologi, psikologi sejarah, retorika dan bidang-bidang lainnya. Karakter interdisipliner, perkembangan dan esensi penelitian komunikasi yang lebih luas, menunjukkan bahwa penelitian komunikasi politik membutuhkan sintesis ilmiah antara temuan praksis utama dan temuan teoritiknya. Nimmo (1999) misalnya, merefresentasikan penelitian komunikasi politik sebagai konsep yang memiliki karakteristik proses yang sangat khas, sehingga jika mengutip Effendy (2009) mengharuskan melihat komunikasi politik secara komprehensif dan dikaji dengan menyeleksi unsur-unsur ada secara utuh, *holistik paradigmatic*.

Kaid & Sanders (1974) lebih tegas mengatakan bahwa komunikasi politik harus *intentionally persuasive*, penelitian komunikasi politiknya pun harus mampu mengungkap makna dan motif pesan politik yang disampaikan. Sisi lainnya, komunikasi politik memiliki hipodermik yang

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. (2008). Focus group discussion (diskusi kelompok terfokus) sebagai metode pengumpulan data penelitian kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12(1), 58-62.
- Bachtiar, A. Y., Perkasa, D. H., & Sadikun, M. R. (2016). Peran Media Dalam Propaganda. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2).
- Carey, M.A. (1994). *The group effect in focus groups: planning, implementing, and interpreting focus group research*. In *Critical Issues in Qualitative Research Methods* (Morse J.M., ed.). Sage: Thousand Oaks, 225-241
- Doody, O., Slevin, E., & Taggart, L. (2013). Focus group interviews in nursing research: part 1. *British Journal of Nursing*, 22(1), 16-19.
- Effendy OU. 2009. Ilmu komunikasi: teori dan praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hardiman 2009 Demokrasi Deliberatif: Menimbang 'Negara Hukum' dan 'Ruang Publik' dalam Teori Diskursus Jurgen Habermas, Yogyakarta: Kanisius.
- Kaid L L, Sanders K R & Hirsch R O. 1974. *Political Campaign Communication: A Bibliography Guide To The Literature*. metuchen, NJ: Scarecrow Press.
- Kresno S, Ella Nurlaela H, Endah Wuryaningsih, Iwan Ariawan. 1999. Aplikasi Penelitian Kualitatif dalam Pencegahan dan Pemberantasan Penyakit Menular, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia bekerja sama dengan Direktorat Jenderal Pemberantasan Penyakit Menular dan Penyehatan Lingkungan Pemukiman Depkes RI. Jakarta.
- Krueger, Richard A. 1988. *FOCUS GROUPS: A Practical Guide for Applied Research*. SAGE Publications. California.
- Mulyana, Deddy. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nimmo D D & Sanders K L (Eds). 1981. *Handbook of political communication, Biverly Hills. CA. Sagepub*.
- Hadi, Sutrisno. (1993). Statistik 1. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.



- Paramita, A., & Kristiana, L. (2013). Teknik focus group discussion dalam penelitian kualitatif. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 16(2), 117-127.
- Sutopo. H. B. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 13: PENERAPAN KONSEP KOMUNIKASI POLITIK DALAM PRAKTIK

Dafrizal Samsudin, M.Soc.Sc., Ph.D.

Universitas Islam Riau

---

# BAB 13

## **PENERAPAN KONSEP KOMUNIKASI POLITIK DALAM PRAKTIK**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Bagian ini membahas mengenai konsep-konsep utama mengenai komunikasi politik, terutama berkenaan dengan konteks penerapan konsep komunikasi politik dalam manifestasi praktik politik. Sehubungan itu, pokok-pokok inti materi pembahasan adalah fokus kepada mengenai konsep komunikasi politik dan elaborasi konsep-konsep praktik komunikasi politik didasarkan kepada konstruksi komunikasi Harold D. Lasswell 1902-1978. Maka sebelum membahas komunikasi politik, perlu mengulas terlebih dahulu dua akar bidang yaitu komunikasi dan politik, kemudian memandu pembahasan kepada konsep-konsep praktik komunikasi politik.

Konsep Komunikasi. Istilah komunikasi dari bahasa Latin yaitu *Communis* berarti umum (Velentzas, Mamalis dan Broni, 2010: 10-11). Elemen dasar dalam komunikasi terdiri dari pembicara (pengirim informasi), pesan, dan khalayak (penerima informasi). Selain itu, Konsep komunikasi dilihat juga sebagai sebuah proses pertukaran pikiran dan gagasan (LittleJhon, Stephen W & Karen A. Foss, 2009). Manakala rumusan Onong Uhcjana Effendy memandang konsep komunikasi yaitu adanya proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang yang memandu pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan, dan sebagainya dari satu orang ke orang lain dengan maksud mempengaruhi sikap dan perilaku (Effendy, 2000). Dua metode komunikasi yaitu komunikasi langsung melibatkan gerakan, ekspresi, wajah dan bahasa tubuh, sebaliknya komunikasi tidak langsung membutuhkan media, misalnya Handphone, email, TV dan media sosial (Lakoff dan Johnson, 1999). Keberhasilan dalam komunikasi dibutuhkan keterampilan interpersonal dan intrapersonal. Seperti keahlian berbicara, menyimak,

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, L. (2020). Pengantar ilmu politik. Malang: Intrans Publishing
- Anggara, S. (2013). *Sistem Politik Indonesia* (Vol. 1, No. 1). CV Pustaka Setia.
- Blumler, J. G., & Kavanagh, D. (1999). The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, 16(3). <https://doi.org/10.1080/105846099198596>
- Britannica.com. (2002, 01 Maret). Harold Lasswell American political scientist. Diakses pada 4 Juli 2023, dari <https://www.britannica.com/biography/Harold-Lasswell>
- Budiardjo, M., Sueseno, N., & Evaquarta, R. (2014). Ilmu Politik: Ruang Lingkup dan Konsep. *Jakarta: Uiversitas Terbuka*.
- Cangara, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Chaffee, S. H. (1975). Political communication. *Beverly Hills: Sage*.
- Crespi, I. (2013). *The public opinion process: How the people speak*. Routledge.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and political engagement*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Effendy, O. U. (2000). Ilmu Komunikasi dan Praktek. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- Firmanzah. (2008). Marketing Politik. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Hamad, I. (2004). Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (studi pesan politik dalam media cetak pada masa pemilu 1999). *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 8(1), 21-32. <https://doi.org/10.7454/mssh.v8i1.77>
- Heryanto, G.G. & Rumarus, S. (2013). *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kaid, L. L., & Holtz-Bacha, C. (2006). *The Sage handbook of political advertising*. Sage Publications.

- Lakoff, G., Johnson, M., & Sowa, J. F. (1999). Review of Philosophy in the Flesh: The embodied mind and its challenge to Western thought. *Computational Linguistics*, 25(4), 631-634.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). Teori komunikasi. *Jakarta: Salemba Humanika*.
- López-García, G., & Pavía, J. M. (2019). Political communication in election processes: an overview. *Contemporary Social Science*, 14(1), 1-13. <https://doi.org/10.1080/21582041.2018.1479040>
- Majid, et.al. (2021). Emerging trends in politics: social media and political participation of youth. *Journal of ISOSS*, 7(2), 245-256.
- Makmur, T., & Samsudin, D. (2022). Dinamika Literasi Informasi Politik di Kalangan Aktivistis Mahasiswa Islam. *Info Bibliotheca: Jurnal Perpustakaan dan Ilmu Informasi*, 3(2), 31-48. <https://doi.org/10.24036/ib.v3i2.302>
- Maulana, W. et.al. (2023) Etika dan Efek Komunikasi Politik Pada Pemilu di Indonesia. *SIYASI: Jurnal Trias Politica*, 1(1), 79-91.
- McNair, B. (2011). *An introduction to political communication*. London: Routledge
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory 3th Edition*. London: Sage Publication.
- Miller, F. (1998). Aristotle's political theory. <https://plato.stanford.edu/entries/aristotle-politics/>
- Nimmo, D. (2005). *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan dan Media)*. (Tjun Surjaman, Penerjemah). Bandung: Remaja Karya. (Karya asli diterbitkan 1978)
- Nimmo, D. (2010). *Komunikasi Politik (Khalayak dan Efek)*. (Tjun Surjaman, Penerjemah). Bandung: Remaja Karya. (Karya asli diterbitkan 1978)
- Perloff, R. M. (2021). *The dynamics of political communication: Media and politics in a digital age*. Routledge.
- Sapienza, Z. S., Iyer, N., & Veenstra, A. S. (2015). Reading Lasswell's model of communication backward: Three scholarly misconceptions. *Mass Communication and Society*, 18(5), 599-622.
- Sendjaja, S. Djuarsa. (2005). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.

- Setiawan, A. (2018). Komuniaksi Politik. *Program studi ilmu politik fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas muhammadiyah Yogyakarta.*
- Shahreza, M. (2016). *Hakekat, Filsafat dan Sejarah Komunikasi Politik.* <https://doi.org/10.31227/osf.io/hmvrp>
- Siagian, H. F. (2012). Pengaruh Kredibilitas Komunikator Politik untuk Mendapatkan Dukungan Khalayak Dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Dakwah Tabligh, 13*(2), 281-291.
- Sutansah, O., Wibowo, J. H., & Irmasanthi, D. (2023). *Pengaruh Pesan Politik Di Instagram @Pdipsidoarjo Terhadap Citra Dpc Pdi Perjuangan Kabupaten Sidoarjo*
- Syarbaini, S. et.al. (2021). *Teori, Media dan Strategi Komunikasi Politik.* Jakarta: Esa Unggul University.
- Velentzas, J., Mamalis, S., & Broni, G. (2010). *Communication, Public Relations & Advertisement.* *IuS,1*(1): 11-12.
- Wahid, U. (2016). Komunikasi politik: Teori, konsep, dan aplikasi pada era media baru. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media.*
- Williams, B. A., & Carpini, M. X. D. (2011). *After broadcast news: Media regimes, democracy, and the new information environment.* Cambridge University Press.
- Windahl, S., Signitzer, B., & Olson, J. T. (1992). *Using communication theory: An introduction to planned communication.* New York: Sage publication.



# KOMUNIKASI POLITIK

## BAB 14: TANTANGAN DAN PELUANG KOMUNIKASI POLITIK DI MASA DEPAN

Arif Ridha, S.Kom., M.I.Kom.

IAIN Bone

---

# BAB 14

## TANTANGAN DAN PELUANG KOMUNIKASI POLITIK DI MASA DEPAN

---

### A. PENDAHULUAN

Ilmu komunikasi adalah konstruksi buatan manusia, seperti tanah liat yang bisa membuat apa saja atau air yang bisa mengisi bejana berbentuk apa saja. Seperti definisi komunikasi, model atau bentuknya, konteks atau bidangnya, bahkan bagaimana ia dipelajari, serta topik atau konsentrasi apa pun, dapat terus berubah seiring dengan perkembangan manusia dan perkembangan zaman dan teknologi informasi. Komunikasi sangat dibutuhkan dalam segala aspek kehidupan. Sejak manusia terlahir sekalipun sudah mengenal komunikasi baik verbal maupun nonverbal. Tak hanya itu komunikasi memungkinkan manusia saling bertukar pesan hanya dengan symbol dan tanda sekalipun. Hampir di segala aspek kehidupan, komunikasi menempati posisi tak tergantikan karena mampu memainkan perannya dimana pun dan dalam kondisi apapun.

Deddy Mulyana dalam Hamid (2011, h.2) menjelaskan bahwa dewasa ini telah terjadi konvergensi berbagai disiplin ilmu, tidak hanya antar ilmu sosial, tetapi juga antara ilmu sosial dengan ilmu lainnya seperti ilmu alam, fisika, kedokteran bahkan arsitektur, sehingga komunikasi medis, komunikasi fisik dan komunikasi bisnis dan lain-lain. Selama dekade terakhir dan di masa depan, batas-batas ilmu pengetahuan akan semakin dinamis karena fenomena kehidupan manusia. Saat ini misalnya, komunikasi digital dan kesehatan telah berkembang jauh di luar negeri, seperti yang dieksplorasi oleh Wall (2005), Jenkins (2008), Collins (2005) dan Babrow (2009). Secara khusus, komunikasi kesehatan memiliki potensi tidak hanya sebagai mata kuliah, tetapi juga sebagai program studi.

Pada saat ini dan masa depan, ilmu komunikasi itu sendiri dapat dan akan semakin terspesialisasikan. Dapat pula dikembangkan sebagai mata kuliah, konsentrasi, atau bahkan program studi baru seperti Komunikasi



## DAFTAR PUSTAKA

- Budianto, Heri. (2019). *Kontestasi Politik dalam Ruang Media*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Coleman, S., & Blumler, J. G. (Eds.). (2017). *The internet and democratic citizenship: Theory, practice and policy*. Cambridge University Press.
- Hamid, F. & Heri Budianto. (2016). *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Jungherr, A., Jürgens, P., & Schoen, H. (Eds.). (2020). *The handbook of social media and politics*. Edward Elgar Publishing.
- Subiakto, H. & Rachmah Ida. (2012). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Vaccari, C. (2021). *Digital politics in Western democracies: A comparative study*. Cambridge University Press.

## **PROFIL PENULIS**

### **Syubhan Akib, S.H., M.I.Kom.**



Penulis lahir pada 1987 dan mengenyam pendidikan program Sarjana dan Magister di Jakarta. Sebagai seorang profesional, penulis telah menjadi jurnalis selama belasan tahun dan juga berkecimpung di dunia pemasaran digital. Saat ini penulis menghabiskan kegiatannya sebagai seorang konsultan komunikasi, jurnalis, produser, dan juga menjadi dosen di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI.

### **Rosy F. Daud, M.I.Kom.**



Penulis bernama Rosy Febriani Daud dilahirkan pada tanggal 06 Februari 1983 di Kota Bandar Lampung. Penulis merupakan anak dari pasangan Bapak Hazairin Abidin Daud, S.Sos., dan Ibu Safrida Ariyani Djauhari, S.Pd. Penulis adalah istri dari Bapak Deddy Aprilani, S.A.N., M.A., dan memiliki 4 orang putri dan satu orang putra. Pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis adalah di Sekolah Dasar Negeri 1 Beringin Raya, Kemiling, Kota Bandar Lampung, yang diselesaikan pada tahun 1995. SMP Negeri 2 Bandar Lampung, yang diselesaikan pada tahun 1998, SMA Negeri 9 Bandar Lampung, yang diselesaikan pada tahun 2001. Pada tahun 2001, penulis diterima dan terdaftar sebagai mahasiswi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung jurusan Diploma III Kehumasan dan diselesaikan pada tahun 2005, lalu melanjutkan ke Strata Satu Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung pada tahun 2006 dan diselesaikan pada tahun 2007, pada tahun 2016, penulis diterima dan terdaftar sebagai mahasiswi Magister Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung dan menjadi wisudawan pertama di Magister Ilmu Komunikasi Universitas Lampung pada tahun 2019. Sejak tahun 2019 penulis diangkat menjadi seorang Dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Kotabumi Kabupaten Lampung Utara. Bidang keahlian penulis dalam ilmu komunikasi adalah *Public Relations*, Komunikasi Bisnis, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Kelompok, Komunikasi Massa, Komunikasi

Pemasaran, Metode Penelitian Sosial, Perkembangan Teknologi Komunikasi, Komunikasi Lintas Budaya dan Psikologi Komunikasi. Buku yang sudah pernah ditulis oleh penulis adalah *Public Relations* dan *Brand Image* Warunk Upnormal. Penerbit Pustaka Madani. Tahun 2021. ISBN: 978-623-3860-61-1. Antologi FISIP UNILA, Romantika Di Kampus Oranye, Dinamika FISIP Universitas Lampung Dari Kisah Alumni, Tahun 2022. ISBN: 978-623-5315-00-3. Antologi Cerpen, Sayap yang Patah. Penerbit Hally Publisher. Tahun 2021. ISBN: 978-623-5914-34-3. Antologi Quotes, Tinta Penghubung Rasa. Penerbit: Lit Publisher. Tahun 2021. ISBN: 978-623-5914-51-0. Book Chapter, Komunikasi Pembangunan: Dalam Kearifan Lokal di Era Digital. Penerbit Relasi Inti Media. Tahun 2022. ISBN: 978-623-6474-34-1. Teori Psikologi Komunikasi. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. Tahun 2022. ISBN: 978-623-5722-52-8. Pengantar Ilmu Komunikasi. Penerbit: Widina Bhakti Persada Bandung. Tahun 2022. ISBN 978-623-4591-903. Teori Ilmu Komunikasi. Penerbit: Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim. Tahun 2022. ISBN: 978-623-8064-144. Pengantar Ilmu Komunikasi. Penerbit: Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim. Tahun 2022. ISBN: 978-623-8064-137.

### **Abdullah Mitrin, S.I.Kom., M.I.Kom.**



Penulis lahir di Kulon Progo DIY pada tanggal 05 Juli 1991. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations* di Universitas Muhammadiyah Riau (Fikom Umri) pada tahun 2014. Menyelesaikan pendidikan Magister Ilmu Komunikasi Konsentrasi Komunikasi Politik di Universitas Muhammadiyah Jakarta (Fisip UMJ) pada tahun 2016.

Sejak tahun 2022 hingga saat ini, menjabat sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Hukum Universitas Hang Tuah Pekanbaru dan aktif di ASPIKOM (Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi). Penulis memiliki pengalaman mengajar pada mata kuliah Pengantar Ilmu Komunikasi, Teori Komunikasi, Psikologi Komunikasi dan Komunikasi Politik & Konflik. Selain aktif mengajar dan melakukan pengabdian masyarakat, penulis juga aktif menulis di beberapa jurnal nasional terakreditasi dan internasional. Selain itu penulis secara aktif

berkontribusi dalam beberapa penulisan *book chapter* baik yang sudah terbit maupun yang masih dalam proses penerbitan. Adapun judul karya yang sudah dihasilkan yaitu Buku Ajar Ilmu Komunikasi, Teori Psikologi Komunikasi, Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan UMKM, Metode Penelitian Ilmu Komunikasi juga Manajemen Sumber Daya Manusia. Di sela-sela tugas pokok sebagai Dosen, penulis banyak berkegiatan diluar kampus seperti memberikan pelatihan di bidang komunikasi kepada institusi pemerintahan maupun swasta. Penulis juga berperan aktif dalam kegiatan literasi media dengan kajian dalam bidang komunikasi khususnya mengenai media, literasi digital dan komunikasi politik.

### **Nurul Intan Pratiwi, S.Sos., M.Si.**



Penulis lahir di Garut 22 April. Menyelesaikan pendidikan D III Penerbitan Politeknik Universitas Indonesia, S1 Komunikasi Fisip Universitas Indonesia, dan S2 Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Indonesia. Sudah aktif mengajar di Politeknik Universitas Indonesia yang berubah nama menjadi Politeknik Negeri Jakarta sejak 1995. Mata kuliah yang diampu adalah Azas-Azas

Penyuntingan, Pernaskahan, *Asian Studies*, Kemahiran Bahasa Indonesia, Bahasa Indonesia Jurnalistik, Pengantar Komunikasi dan mengajar Bahasa Indonesia untuk Penutur Asing (BIPA) dalam program Darmasiswa bagi mahasiswa asing yang belajar Bahasa Indonesia di Politeknik Negeri Jakarta. Pengalaman karir dan organisasinya di PNJ sebagai anggota senat, Kepala Humas, Sekretaris Jurusan Teknik Grafika & Penerbitan, Ketua Jurusan Teknik Grafika & Penerbitan, Kepala Kantor Urusan Internasional, Asisten Divisi Komunikasi IISMAVO (Kampus Merdeka, Kemendikbudristek) dan Ketua Komisi III Senat Akademik PNJ. Alamat email yang bisa dihubungi di [nurul.intan@grafika.pnj.ac.id](mailto:nurul.intan@grafika.pnj.ac.id), bisa dijumpai di *facebook*: Nurul Intan Pratiwi, dan *instagram*: @nurul.inta.

## Ahmad Mustanir, S.I.P., M.Si



Penulis pernah menjadi Dosen Luar Biasa di beberapa perguruan tinggi seperti Universitas Tadulako, Universitas Muhammadiyah Palu dan STIE Panca Bhakti Palu. Sekarang Dosen Tetap di Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang. Sebelumnya juga pernah bekerja di Konsultan baik sebagai *Team Leader* maupun Tenaga Ahli dalam berbagai proyek APBN dan Bank Dunia. Pengalaman penelitian – Dalam beberapa tahun terakhir memperoleh Hibah Penelitian antara lain dari Kemendikbud Ristek/Kemenristekdikti, PP Muhammadiyah juga internal Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang. Selain itu secara aktif melakukan riset secara mandiri dan bantuan Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang. Dari hasil penelitian ini telah melahirkan banyak tulisan dalam bentuk Article Jurnal dan Prosiding baik Nasional maupun Internasional bereputasi, lebih dari 50-an Buku Ajar/Referensi/Monograph/Chapter serta memiliki lebih dari 90-an Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Hak Cipta. Di bidang Abdimas juga beberapa kali memperoleh Hibah dari Kemendikbud Ristek/Kemenristekdikti, Majelis Dikti Litbang PP Muhammadiyah dan Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang. Pengalaman Pemberdayaan Masyarakat – Dalam berbagai proyek APBN dan Bank Dunia, Program Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM), Hibah PKM & PKMS Kemendikbud Ristek/Kemenristekdikti dan Hibah internal Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang. Penulis juga adalah seorang *Researcher, Trainer, Reviewer Journal Scopus Q1*, Reviewer beberapa Jurnal Internasional dan Nasional lainnya, *Editorial Board & Editor in Chief* di beberapa jurnal internasional & nasional. Penulis juga tercatat sebagai ilmuan dan masuk dalam *Ranking Scientists Top 5000 Di Indonesia Versi Ad Scientific Index 2023 Version 1* tepatnya urutan 134. Saat ini menempati peringkat 70 SINTA versi 3 years dari 255.279 dosen/peneliti tingkat Nasional H-Index 40, i10-Index 66. Saat ini penulis juga aktif sebagai pengurus dan anggota pada beberapa organisasi profesi seperti Asosiasi Dosen Indonesia (ADI) Cabang Sidrap, Himpunan Indonesia. Untuk Pengembangan Ilmu-Ilmu Sosial (HIPIIS) Komisariat Daerah (Komda) Kabupaten Sidrap, Asosiasi Dosen Ilmu Pemerintahan

Seluruh Indonesia (ADIPSI) dan Kesatuan Program Studi Ilmu Pemerintahan Indonesia (KAPSIPI), Pengurus Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) Orda Sidrap 2022-2027 serta Dewan Pakar IKA UNHAS Sidrap 2022-2026. Selain menjadi Dosen tetap pada Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang juga pernah menjabat sebagai Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan sejak tahun 2016-2019, dan sekarang sebagai Kepala LP3M Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang 2019-2023.

SCOPUS ID : 57222904488 (H-index: 1, G-index: 1, i10-index: 0)  
Google Scholar ID: srl7FjoAAAAJ (H-index: 40, G-index: 1, i10-index: 66)  
Wos ResearcherID: R-6549-2016 (H-index: 1, G-index: 2, i10-index: 0)  
SINTA Author ID: 6007675 (Sinta score 3years: 949, allyears: 5.049)  
NIDN : 0906017401  
ORCID : 0000-0002-4029-5507  
Publons : 1757210  
LinkedIn : 68002a179  
OSF : k7dfm  
Garuda ID : 1235035  
AD Scientific Index ID: 303716  
ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Ahmad-Mustanir>  
Personal Website: <https://belajarbarengahmad.wordpress.com/>

### **Dr. Dra. Dortje L. Y. Lopulalan, M.Si.**



Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pattimura Ambon, dengan bidang konsentrasi pada Komunikasi Pembangunan dan Budaya, Nomor kontak 081343363109, E-mail; [nor\\_lopulalan@yahoo.co.id](mailto:nor_lopulalan@yahoo.co.id). Hasil penelitian yang penulis hasilkan dan telah dipublikasikan pada Jurnal Nasional Terakreditasi, Jurnal Internasional, Prosiding Nasional maupun Internasional, diantaranya: *The Existence and Changes In The Use Of Local Language In The Family In The Middle Of The Current Modernity (An Analysis Study In Maluku Community)*, *The Analysis of Social and Genetic Relationship Changes Among Buru Community from Contemporary*

*Perspective. Bialahin Concept: Reflections on the Unity of the Buru People in Maluku, Pemberitaan Infotainment di Televisi dalam Industrialisasi Media, Strategi Komunikasi Adaptif Masyarakat Pesisir di Taniwel Timur, Mengemas Konten Lokal Dalam Pelestarian Budaya Pada Stasiun NetTV Ambon, Gender dan Ketahanan Pangan Pada Masyarakat Pesisir Kota Ambon.*

### **Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si.**



Penulis adalah seorang dosen yang sehari-hari mengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Bidang keahliannya adalah teknologi komunikasi digital, kajian media sosial, metodologi penelitian komunikasi, komunikasi digital, *game studies*, dan komunikasi digital.

### **Nurhana Marantika, M.A.**



Penulis saat ini aktif sebagai salah satu dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Darussalam (UNIDA) Gontor, Ponorogo. Tertarik pada kajian Kebijakan Komunikasi. Pendidikan sarjana (S1) ditempuh di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta. Selepas menempuh pendidikan sarjana, berkesempatan melanjutkan pendidikan pascasarjana (S2) pada Jurusan Ilmu Komunikasi FISIPOL UGM dengan konsentrasi Kebijakan Komunikasi. Saat ini tergabung sebagai anggota Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi). Karya yang telah dipublikasikan: Manajemen Humas Sekolah (Book Chapter, 2020), Kolaborasi Kampanye Lawan (Hoaks) Covid-19: Kampanye, Riset dan Pengalaman Japelidi di Tengah Pandemi (Book Chapter, 2020), Hukum Media Massa (Book Chapter, 2021), Komunikasi Empati dalam Pandemi Covid-19 (Book Chapter, 2020), Pembelajaran Digital (Book Chapter, 2021), Corpus Pantun Literasi Digital 2022, Media Siber (Book Chapter, 2023), Hukum Pemilu (2023). Penulis dapat disapa melalui email: nurhana@unida.gontor.ac.id, Fb: Nurhana Marantika, IG: rantikazainuri.



### **Dr. Maria Puspitasari, M.Si.**



Penulis merupakan pengajar tetap pada Sekolah Kajian Strategik dan Global, Universitas Indonesia. Menempuh S1-S3 di FISIP UI. Turut mengajar di Prodi S3 Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian. Sempat mengampu mata kuliah Etika Komunikasi; Manajemen & Komunikasi Krisis; dan Manajemen Reputasi di Universitas Multimedia Nusantara dan Institut Bisnis & Komunikasi *London School of Public Relations*. Buku karya: *Komunikasi Krisis: Strategi Mengelola & Memenangkan Citra Di Mata Publik* (2016) dan *Taman Arkeologi Onrust: Merentang Sejarah Pertahanan Hingga Wisata Budaya Berkelanjutan* (2023). Berpartisipasi dalam *book chapter: Cara Kerja Ilmu Filsafat Dan Filsafat Ilmu* (2022); *Praktik Public Relations* (2023); *Strategi Media Komunikasi Di Masa Pandemi* (2023); *Manajemen Komunikasi* (2023); *Manajemen Sumber Daya Manusia-Internasional* (2023); *Sosiologi Ruang Publik Perkotaan* (2023); *Pemasaran Dalam Industri Pariwisata* (2023); *Manajemen Risiko* (2023); *Kepemimpinan Dalam Bisnis* (2023); *Kewirausahaan: Pendekatan Teoritis* (2023); *Manajemen Pemasaran Jasa* (2023); *Perilaku Konsumen* (2023); *Pengantar Ilmu Komunikasi* (2022); *Aku Cinta Desaku: Nilai-Nilai Pancasila Di Desa Citengah - Untuk Paud* (2022); *Dosen Berkisah: Jangan Pernah Menyerah* (2021); *Hidup Menjadi Cerita: Teknologi Informasi & Komunikasi Sebagai Sarana Untuk Menjahit Kembali Yang Putus & Terbelah* (2020) dan *Ancaman Radikalisme Dalam Negara Pancasila* (2016). Email: mipuspita@gmail.com.

### **Maya Sari, S.S, M.Si.**



Penulis lahir di Poso, Sulawesi Tengah 38 tahun lalu dan merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Semenjak kecil sering berpindah-pindah tempat mengikuti tempat tugas orangtua. Sejak di bangku SMA sering menulis untuk Mading (Majalah Dinding). Menyelesaikan kuliah S-1 di Universitas Muslim Indonesia Makassar, jurusan Sastra Inggris pada tahun 2006 dan melanjutkan pendidikan ke jenjang Magister di Universitas Hasanuddin Makassar, pada Program Studi Ilmu Komunikasi (2007-2009). Tulisan ini merupakan buku

kolaborasi ketigabelas setelah yang pertama pada tahun 2020 “*Andai Bukan Karena Cinta*”, yang kedua “*Kita Menulis, Merdeka Menulis*” yang ditulis bersama sejumlah rekan-rekan dosen dari seluruh Indonesia. Kemudian buku *Pengantar Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, Etika Perkantoran, Merdeka belajar Dan Kampus Merdeka, Media & Multimedia Pembelajaran, Komunikasi Bisnis (2022), Teori Komunikasi Pendidikan (2022), Pendidikan Anak Usia Dini (2022), Politik dan Pemasaran Pendidikan (2023), Komunikasi Bisnis; Pendekatan Praktis (2023)* yang juga merupakan buku kolaborasi. Mulai mengajar menjadi Dosen Luar Biasa tahun 2015. Tahun 2017 menjadi dosen di STIKOM Muhammadiyah Papua selama dua semester. Kemudian di tahun 2018-sekarang diangkat menjadi Dosen tetap di lain Fattahul Muluk Papua.

### **Siti Mayasari Pakaya, S.Sos., M.I.Kom.**



Penulis kelahiran Gorontalo, merupakan lulusan S1 Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin tahun 2012 serta S2 Program Pascasarjana FISIP Universitas Hasanuddin tahun 2017. Pernah menjadi Petugas Lapangan Keluarga Berencana di Badan Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana Kabupaten Gorontalo Utara tahun 2013-2014. Sejak 2018 hingga saat ini aktif sebagai dosen di Jurusan Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo. Telah mendapatkan sertifikasi kompetensi pada bidang *Public Relations* dengan kualifikasi sebagai *Government Affairs Manager* (tahun 2023-2026).

### **Dr. Yeyen Subandi, S.IP., M.A.**



Penulis memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2004, dan gelar *Master of Arts* dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Gadjah Mada pada tahun 2016, dan gelar Doktor pada Program Doktorat Politik Islam-Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada

tahun 2021. Dari tahun 2006 sudah aktif dalam isu-isu kemanusiaan yang bergabung dalam *Non-Governmental Organization* (NGO) lokal, nasional, dan internasional seperti World Bank, AusAID, USAID, dan juga isu penanggulangan penyalahgunaan narkoba di Indonesia bersama tempat Rehabilitasi Sosial dan Lembaga Pemasarakatan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu aktif juga dalam isu penanggulangan kemiskinan bersama Kemitraan dan Word Bank. Pada tahun 2016-2017 menjadi staf pengajar di Program Studi Hubungan Internasional Universitas Darussalam Gontor, kemudian tahun 2018 menjadi asisten pengajar di Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Mulai tahun 2018 juga menjadi staf pengajar di Program Studi Hubungan Internasional Universitas Respati Yogyakarta.

### **Dr. Neka Fitriyah, M.Si.**



Penulis lahir di Jakarta, 11 Agustus 1977. Studi S1 diselesaikan di Universitas Sam Ratulangi, Manado pada tahun 2001. Setelah lulus S1 penulis berkarir menjadi jurnalis dan *announcer* radio baik lokal maupun nasional. Dengan pengalaman yang dimiliki, pada tahun 2005 penulis mulai menjadi staf pengajar pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sampai sekarang. Untuk menunjang karir dan kompetensinya pada 2008 penulis melanjutkan studi di S2 di IPB University pada program studi Komunikasi Pembangunan lulus tahun 2010 dan melanjutkan S3 pada tahun 2016 pada program studi yang sama di IPB University lulus tahun 2021. Karya ilmiah yang dipublikasikan terkait topik Politik Lokal, Pemberdayaan Masyarakat, Kajian Media, Komunikasi Pembangunan Khususnya Pada Komunikasi Publik, dan Komunikasi Perubahan Perilaku Serta Pemberdayaan Masyarakat. Selain menjadi seorang dosen, penulis juga menjadi konsultan untuk Pemerintah Daerah dan korporat. Moto hidup penulis; jadilah yang terbaik karena sebaik-baik manusia adalah mereka yang dapat memberikan manfaat kepada orang di sekitar.

### **Dafrizal Samsudin, M.Soc.Sc., Ph.D.**



Penulis lahir di Muara Semerah Semurup Kerinci Jambi. Memperoleh Strata Satu (S1) TEFL-Bahasa Inggris di Universitas Riau. Menyelesaikan *Master of Social Sciences* (M.Soc.Sc) dan *Doctor of Philosophy* (Ph.D) dalam bidang Ilmu Komunikasi di Universiti Kebangsaan Malaysia. Saat ini aktif sebagai Dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau. Aktif di berbagai forum ilmiah seperti konferensi bidang Ilmu Komunikasi, baik tingkat internasional maupun nasional, dan forum diskusi ilmiah lainnya, serta telah menghasilkan berbagai karya tulis ilmiah termasuk yang bereputasi pada tingkat internasional dan nasional.

### **Arif Ridha, S.Kom., M.I.Kom.**



Penulis kelahiran Bone 5 Maret 1989. Sejak kanak-kanak memiliki niat untuk mengenyam pendidikan berbasis keagamaan. Alhamdulillah 2001-2008 menghabiskan masa kecil di lingkungan Pondok Pesantren DDI Mangkoso Barru di bawah asuhan AG. Prof. Dr. Farid Wajedy, M.A. Karena keinginan di bidang IT sangat tinggi, tepat 2012 silam menyelesaikan Pendidikan Strata I di lingkungan UIN Alauddin Makassar dengan konsentrasi Teknik Informatika. Merasa belum puas dengan keadaan saat itu, kembali Allah takdirkan untuk mengenyam pendidikan Strata II di lingkungan Universitas Hasanuddin berkat beasiswa orangtua dan 2017 menyelesaikan pendidikan dengan konsentrasi *Komunikasi Pendidikan* di Fakultas Sosial dan Ilmu Politik. Saat ini sedang mengambil bagian dalam "Mencerdaskan Bangsa" sebagai Tenaga Pendidik di Pendidikan Diniyah Formal (PDF) Ulya Al-Junaidiyah Biru Bone, sekaligus mengabdikan diri di Kampus IAIN Bone.

# KOMUNIKASI POLITIK

Komunikasi dan politik merupakan dua konsep yang berbeda. Keduanya berdiri sendiri dan memiliki definisi yang berbeda. Meski demikian, perkembangan teknologi dan gejolak politik internasional menyebabkan perubahan yang sangat masif dalam kemunculan komunikasi politik di era modern. Komunikasi politik adalah proses pertukaran informasi, pesan, dan gagasan antara aktor-aktor politik (seperti partai politik, pemimpin politik, atau kelompok advokasi) dengan tujuan mempengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku masyarakat dalam konteks politik. Komunikasi politik bertujuan untuk mempengaruhi persepsi, memperoleh dukungan, membangun citra, dan mempengaruhi keputusan politik.

Tujuan utama dari komunikasi politik adalah mempengaruhi proses politik, seperti pemilihan umum, pengambilan keputusan politik, atau dukungan terhadap kebijakan dan program politik tertentu. Komunikasi politik juga berperan dalam pembentukan citra dan identitas politik, pengelolaan hubungan dengan media, pembentukan koalisi politik, dan mobilisasi massa. Komunikasi politik tidak hanya mencakup pesan yang disampaikan, tetapi juga melibatkan pemilihan media atau saluran komunikasi yang tepat, penyesuaian pesan dengan audiens yang dituju, dan pengelolaan persepsi publik. Aktor-aktor politik dalam komunikasi politik berusaha untuk mempengaruhi pandangan dan sikap masyarakat, memperoleh dukungan, dan membangun hubungan politik yang bermanfaat.



Penerbit

**widina**

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

ISBN 978-623-459-687-8



9

786234

596878