

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Penelitian

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai landasan yang telah dilaksanakan dalam pra penelitian, yaitu berupa teori-teori yang relevan mengenai penelitian ini, serta *study literature*, dokumen atau arsip yang mendukung. Hal ini bertujuan guna menambahkan serta melengkapi penelitian yang berkaitan dengan Strategi Kampanye Politik Tim Pemenangan Pasangan Calon Hasanuddin-Anton Amanah (Hasanah) (Studi Kasus Kampanye Politik Dalam Penggunaan Media Sosial Twitter Pada Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018)

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Dari penelitian terdahulu, penulis tidak hanya didukung oleh penelitian dengan judul yang sama. Namun penulis mengangkat beberapa jurnal sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Hasil
1	Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur Dki	Lidya Joyce Sandra, (Jurnal E-Komunikasi, Volume 1, Nomor 2),	bahwa political branding Jokowi selama masa kampanye pemilu DKI Jakarta 2012 di media sosial

	Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter	2013	Twitter dibentuk melalui penampilan, personalitas dan pesan-pesan politis. Political branding tidak lagi dibentuk hanya dengan personalitas dan penampilan, namun juga dengan lebih spesifik yakni dengan pembangunan hubungan dengan konstituen, adanya orisinalitas pemimpin, tanggap teknologi, adanya nilai-nilai personal yang disalurkan, serta juga kunci pesan politis seperti adanya pemberian harapan, dukungan publik, laporan aktivitas serta penyampaian nilai/ideologi politik juga menjadi satu strategi pesan yang disalurkan. Ditambah penampilan yang melekat pada diri kandidat, merefleksikan ulang keseluruhan pesan political branding tersebut dari pemakaian pakaian yang dikenakan.
2	Media Sosial dan Komunikasi Politik:	Budiyono (Jurnal Komunikasi, Volume	Media sosial dalam bahasan penelitian ini adalah facebook,

	Media Sosial sebagai Komunikasi Politik Menjelang PILKADA DKI JAKARTA 2017	11, Nomor 11), 2016	bisa dimanfaatkan menjadi sarana komunikasi politik yang cukup efektif dalam proses kehidupan demokrasi. Dalam demokrasi di era digital ini, khususnya pada konteks kampanye politik, media sosial telah berperan menjadi alat komunikasi yang bisa menghubungkan para pelaku politik dengan konstituennya, antara komunikator dan komunikan secara jarak jauh dan bersifat masif. Masing-masing pelaku politik dan partisipannya bisa mengekspresikan kepentingannya atau hak-hak politiknya secara bebas tanpa penghalang yang menghambat proses komunikasi politik.
3	Menakar Kekuatan Media Sosial Menjelang Pemilu 2014	Athiqah Nur Alami (Jurnal Penelitian Politik, Volume 10, Nomor 1), 2013	Kehadiran media sosial sebenarnya berpeluang dalam melahirkan harapan akan model baru partisipasi politik masyarakat di era demokratisasi. Fenomena ini seringkali disebut

			<p>dengan digital democracy, e-government atau internet politics,⁵¹ dan e-activism.⁵² Situasi ini sebenarnya diharapkan dapat mengikis segala keraguan dan sikap apatisme masyarakat terhadap parpol. Masyarakat dapat berpartisipasi secara tidak langsung dalam memengaruhi kebijakan pemerintah sehingga mereka tidak merasa bahwa pemerintahan adalah domain elite tertentu. Selain itu, bagi parpol media sosial harus digunakan untuk mendukung tugas dan fungsi partai, di antaranya memberikan pendidikan politik bagi masyarakat. Namun, persoalannya adalah kebanyakan dari mereka memanfaatkan media sosial untuk keuntungan mereka sendiri. Mereka hanya mengikuti arus atau euphoria dari media sosial, tapi tidak memiliki strategi bagaimana memanfaatkannya</p>
--	--	--	---

			secara optimal. Bahkan tidak sedikit parpol yang merendahkan penggunaan media sosial karena mereka tidak mengerti bagaimana mengoptimalkan media sosial dalam mendukung aktivitas politik.
--	--	--	--

Sumber: Data Peneliti 2018

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Menurut John Fiske dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi yang diterjemahkan dari buku aslinya *Introduction To Communication Studies* bahwa komunikasi dapat dilihat dari dua sisi atau pandangan. Yang pertama, komunikasi memfokuskan pada bagaimana pengirim menerima dan/ mengirimkan pesan ke penerima, lalu akan diperhatikan seberapa besar efisiensi dan akurasi yang didapat. Dari sisi yang pertama ini, terjadinya komunikasi dianggap untuk mempengaruhi pikiran dan tingkah laku orang lain. Jika hasil dari proses tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengirim atau penerima pesan, maka komunikasi akan dianggap gagal. Jadi, dari pandangan ini lebih membahas bagaimana ‘proses’ yang terjadi, yaitu tentang seperti apa kegagalan komunikasi, maka dari itu berbagai tahapan yang terjadi dalam proses komunikasi sangat dilihat untuk menemukan dimana kegagalan terjadi. Pandangan yang kedua,

bahwa komunikasi fokus pada sebuah pesan yang disampaikan untuk menghasilkan makna yang sesuai. Menggunakan istilah signifikansi sebagai (pemaknaan) dan tidak menganggap kegagalan komunikasi berasal dari kesalahan pemahaman. Justru kesalahpahaman ini dianggap sebagai kemungkinan yang terjadi, karena yang melakukan komunikasi memiliki perbedaan budaya.(John Fiske, dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi: 2012)

Jika lebih disederhanakan kembali Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh individu ke individu atau kelompok lainnya, menggunakan media sebagai perantara pesan maupun secara langsung *face to face*, secara verbal dan non verbal, kemudian terjadi lah kegiatan pertukaran pesan yaitu *feedback* dan berkelanjutan. Kata “Komunikasi” berasal dari bahasa Latin, *communis*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi. Sedangkan menurut Wilbur Schraam “communication” berasal dari kata Latin yaitu *comunis: common*, sama (Cangara, 2014). Jadi, jika kita menggunakan komunikasi dengan suatu pihak, maka kita lalu menyatakan gagasan kita untuk memperoleh *Common* dengan pihak lain, itu mengenai sesuatu obyek tertentu. Komunikasi adalah suatu hal yang sangat mendasar dan akan selalu ada di kehidupan masyarakat. Karena ini bertujuan untuk agar saling terhubung dan memahami antar orang ke orang lainnya, dengan cara komunikasi yang memang sudah mereka sepakati tentang arti makna dari komunikasi yang mereka lakukan di sekelompok masyarakat mereka sendiri.

2.2.1 Proses Komunikasi

Laswell dalam Effendy (1994:11-19) membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap. Yang pertama, yaitu proses secara primer dimana komunikasi berlangsung dilakukan oleh individu ke individu lainnya atau komunikator ke komunikan secara langsung, baik dengan verbal maupun nonverbal yang dilakukan tanpa perantara. Dimana verbal berarti bahasa yang digunakan, maupun nonverbal yang berarti bagaimana gestur, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang muncul dalam proses penyampaian pikiran atau perasaan yaitu pesan.

Lalu yang kedua komunikasi secara sekunder, yaitu komunikasi yang dilakukan melalui media sebagai perantara. Media yang digunakan pun ialah media konvensional seperti media cetak dan media penyiaran. Jika dilihat secara kemajuan teknologi saat ini khususnya dalam teknologi digital atau komputer dan internet yaitu media baru (New Media) seperti media sosial, website, blog, dan sebagainya juga digunakan sebagai perantara atau media dalam proses sekunder.

2.2.2 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi sebagai menyampaikan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi. Fungsi komunikasi ini untuk mencapai tujuan jangka pendek atau tujuan jangka panjang dalam kepentingan individu. Jangka pendek berlaku untuk menarik perhatian atau simpati dan pujian, yang memberikan keuntungan secara ekonomi, sosial serta

material. Sedangkan jangka panjang berlaku untuk keahlian seperti berpidato, berbahasa maupun keahlian menulis, dll.

William I. Gordon dalam Deddy Mulyana, (2005:5-30) mengategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu:

1. Sebagai Komunikasi Sosial

Yang berfungsi setidaknya mengisyaratkan tentang bawasannya komunikasi penting dalam membangun konsep dan aktualisasi diri untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, melalui komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan orang lain (keluarga, kelompok belajar, lingkungan tempat tinggal atau masyarakat, secara keseluruhan).

2. Sebagai Komunikasi Ekspresif

Untuk menyampaikan perasaan (emosi) kita, yang dapat disampaikan secara ekspresif melalui perilaku nonverbal.

3. Sebagai Komunikasi Ritual

Suatu komunitas yang melakukan upacara tertentu, dimana dalam acara itu orang – orang mengucapkan kata – kata atau perilaku – perilaku tertentu yang bersifat simbolik.

4. Sebagai Komunikasi Instrumental

Mempunyai beberapa tujuan umum yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan dan juga menghibur.

2.2.3 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku Dimensi – dimensi Komunikasi ialah :

1. Social change/ Social Participation

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan.

2. Attitude Change

Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya.

3. Opinion Change

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan.

4. Behaviour Change

memberikan informasi agar masyarakat mau mengubah perilakunya sesuai dengan tujuan informasi disampaikan tersebut. (Mulyana: 2005)

2.3 Tinjauan Tentang Teori Politik

Teori Politik berasal dari dua suku kata, Teori dan Politik. Teori dapat diartikan sebagai cara, model kerangka fikiran ataupun pedapat yang dikemukakan oleh seseorang sebagai keterangan mengenai suatu peristiwa. Sedangkan politik berarti negara (berasal dari kata polis). Politik juga memiliki arti sebagai proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam negara. Pengertian ini merupakan upaya penggabungan antara berbagai definisi yang berbeda mengenai hakikat politik yang dikenal dalam ilmu politik. Politik juga dapat ditilik dari sudut pandang berbeda, yaitu antara lain:

- Politik adalah usaha yang ditempuh warga negara untuk mewujudkan kebaikan bersama (teori klasik Aristoteles)
- Politik adalah hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan dan negara
- Politik merupakan kegiatan yang diarahkan untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan di masyarakat
- Politik adalah segala sesuatu tentang proses perumusan dan pelaksanaan kebijakan publik.

Seperti yang dikatakan oleh ilmuwan politik Mark Roelofs bahwa:

“politik adalah pembicaraan; atau lebih tepat, kegiatan politik (berpolitik) adalah berbicara. Ia menekankan bahwa politik tidak hanya pembicaraan, juga tidak semua pembicaraan adalah politik. Akan tetapi, hakikat pengalaman politik, dan bukan hanya kondisi dasarnya, ialah bahwa ia adalah kegiatan berkomunikasi antara orang –orang” (Nimmo, 1993: 8).

Teori Politik memiliki dua makna yaitu :

1. Teori sebagai pemikiran spekulatif tentang bentuk dan tata cara pengaturan masyarakat yang ideal,
2. Teori menunjuk pada kajian sistematis tentang segala kegiatan dalam masyarakat untuk hidup dalam kebersamaan.

Komunikasi politik adalah sebuah studi interdisiplinari yang dibangun atas berbagai macam disiplin ilmu terutama yang memiliki keterkaitan antara proses komunikasi dan proses politik (Hafied Cangara,2009:63). Terkadang ketika kita berbicara soal komunikasi yang digabungkan dengan kata politik tidak jarang diklaim sebagai studi tentang aspek-aspek politik, dan sering dikaitkan dengan unsur komunikasi di dalam sebuah kampanye pemilu (election campaign) karena mencakup masalah persuasi terhadap pemilih, debat antar kandidat, dan penggunaan media massa sebagai alat kampanye. Dengan minim atau tidak adanya komunikasi, maka tidak akan tercipta usaha bersama dan secara otomatis juga tidak akan ada politik.

2.3.1 Sejarah Perkembangan :

A. Teori Politik Zaman Klasik

(1) Teori Politik Socrates

Metode Socrates yang berbentuk Maieutik dan mengembangkan metode induksi dan definisi. Pada sisi lain Socrates memaparkan etika yang berintikan budi yakni orang tahu tentang kehidupan dan pengetahuan yang luas.

(2) Teori Politik Plato

Filsafat politik yang diuraikan oleh Plato sebagai cerminan teori politik. Dalam teori ini yakni filsafat politik tentang keberadaan manusia di dunia terdiri dari tiga bagian yaitu, Pikiran atau akal, Semangat/keberanian dan Nafsu/keinginan berkuasa.

(3) Teori Politik Aristoteles

Teori politik Aristoteles bernuansa filsafat politik yang meliputi : Filsafat teoritis, Filsafat praktek dan Filsafat produktif. Teori negara yang dinyatakan sebagai bentuk persekutuan hidup yang akrab di antara warga negara untuk menciptakan persatuan yang kukuh. Untuk itu perlu dibentuk negara kota (Polis).

B. Teori Politik Zaman Pertengahan

(1) Teori Politik Agustinus

Agustinus melihat perbandingan Negara sekuler dan negara Tuhan. Negara sekuler dianggap sebagai penyelewengan oleh para penguasa yang arif dan bijaksana sehingga kekuasaan bagaikan keangkuhan dengan berbagai kejahatan. Sedangkan negara Tuhan menghargai segala sesuatu yang baik dan mengutamakan nilai kebenaran.

(2) Teori Politik Thomas Aquinas

Teori politik Thomas Aquinas meliputi:

- a. Pembagian negara baik dan negara buruk yang menerapkan sumber teori politik.

- b. Tujuan negara yang diidentik dengan tujuan manusia dalam hidup yakni mencapai kemuliaan abadi dalam hidup (membutuhkan pemerintahan yang monarkhi).
- c. Hukum positif yang merupakan pelaksanaan hukum alam dan untuk menyempurnakan pikiran manusia maka diperlukan Hukum Tuhan.

(3) Teori Politik Marthen Luther

Teori politik Marthen Luther meliputi :

- a. Teori politik reformasi
- b. Menempatkan kekuasaan negara lebih tinggi dari kekuasaan gereja.
- c. Kekuasaan Tuhan atas manusia bersifat langsung dan tidak melalui perantara.

C. Teori Politik Zaman Pertengahan

(1) Teori Politik Ibnu Khaldun

Setiap warga negara perlu memiliki Askabiyah untuk menumbuhkan kesatuan dalam negara. Untuk itu dikembangkan teori politik askabiyah dan rasa keagamaan oleh pemimpin negara. Perkembangan negara harus didasarkan pada solidaritas dengan keyakinan agama untuk dapat menstabilkan negara.

(2) Teori Politik Machiavelli

Menurut Machiavelli Bentuk negara meliputi negara republik dan monarkhi. Selanjutnya Monarkhi dibagi atas dua yaitu Monarkhi

Warisan dan Monarkhi Baru. Tujuan negara yaitu memenuhi berbagai kebutuhan warga negara selama negara tidak dirugikan karena negara juga memiliki berbagai kepentingan dan kepentingan utama.

(3) Teori Politik Liberalis

Pengertian dan faham liberal menunjuk pada kebebasan warga negara untuk memenuhi kebutuhan hidup bidang politik ekonomi, sosial dan budaya.

D. Teori Politik Modern

(1) Teori Politik Thomas Hobbes

Thomas Hobbes mengemukakan teori politik *State Of Nature* yakni manusia yang satu menjadi lawan terhadap manusia lain. Keadaan ini disebut *In Abstracto* yang memiliki sifat; a) bersaing, b) membela diri, c) ingin dihormati. Untuk menghindari kematian, Hobbes mengemukakan teori perjanjian sosial untuk merubah bentuk kehidupan manusia dari keadaan alamiah ke dalam bentuk negara atau *Commen Wealth*.

(2) Teori Politik John Locke

John Locke menekankan bahwa dalam *state of nature* terjadi: Kebingungan, Ketidak pastian, Ketidak aturan, Tidak ada kematian. Pada sisi lain Locke mengemukakan hak-hak alamiah sebagai berikut: hak akan hidup, hak atas kebebasan dan kemerdekaan, hak memiliki sesuatu. Konsep perjanjian masyarakat

merupakan cara untuk membentuk negara. Oleh karena itu negara harus mendistribusi kekuasaan kepada lembaga: legislatif, eksekutif dan yudikatif dan federatif. Dalam hal bentuk negara Locke membagi atas: Monarkhi, Aristokrasi dan Demokrasi.

(3) Teori Politik Montesquie

Teori politik Trias Politika yang dikemukakan oleh Montesquieu merupakan landasan pembangunan teori demokrasi dalam sistem politik yang menekankan adanya CHEK AND BALANCE terhadap mekanisme pembagian kekuasaan.

(4) Teori Kekuasaan Tuhan

Dalam teori kekuasaan Tuhan, keadilan dijadikan dasar negara Tuhan untuk mengatur kehidupan warga negara. Dalam kehidupan warga negara menurut teori kekuasaan Tuhan diperlukan adanya kebebasan bagi warga negara dan ada batas-batas kekuasaan dari para penguasa.

(5) Teori Kekuasaan Hukum

Perkembangan teori kekuasaan hukum menurut Thomas Aquinas, John Locke, Krabe, Krenen Berg. Kebaikan-kebaikan teori kekuasaan hukum meliputi: Penguasa menjalankan kekuasaan sesuai UUD, Penguasa berkuasa sesuai hukum, Penguasa berupaya menerapkan open manajemen, Pers yang bebas sesuai dengan UUD Negara, Adanya kepastian hukum dalam sistem demokrasi, Pemilu yang bebas dan rahasia, Setiap warga negara diikutkan

dalam mekanisme politik, Setiap warga negara sama di depan hukum dan Diperlukan pengawasan masyarakat.

(6) Teori Kekuasaan Negara

Teori kekuasaan negara yang meliputi: Sifat memaksa dari kekuasaan negara. Aturan yang dibuat oleh pemerintah atas nama negara harus diterapkan mencakup semua warga negara tanpa kecuali. Untuk implementasi berbagai sifat negara maka kekuatan militer merupakan alat yang ampuh untuk melaksanakan kekuasaan negara.

(7) Teori Kekuasaan Rakyat

Menurut Montesquieu dalam pemerintahan republik kekuasaan tertinggi ada pada seluruh rakyat atau sebagian besar rakyat. Secara teoritis disebut Trias Politika.

(8) Teori Politik Demokrasi

Demokrasi Rakyat merupakan negara dalam masa transisi, bertugas menjamin perkembangan negara ke arah sosialisme. Demokrasi Rakyat RRC menurut pola Mao Tse Tung mendominankan kepemimpinan politik dan pembuatan kebijakan dengan tujuan membantu seluruh rakyat agar ikut dalam modernisasi ekonomi, sosial dan politik.

(9) Teori Politik Kedaulatan

Teori kedaulatan terdapat berbagai teori yang pada umumnya menekankan pada kekuasaan sebagai suatu tandingan atau

perimbangan terhadap kekuasaan penguasa atau kekuasaan tunggal.

(10) Teori Kedaulatan Intern dan Ektern

Kedaulatan intern yang memperlihatkan batas lingkup kekuasaan negara yang berbentuk fisik. Batas kedaulatan ini meliputi : Kedaulatan bidang politik, Kebebasan kemerdekaan, Keadilan, Kemakmuran atau kesejahteraan dan Keamanan.

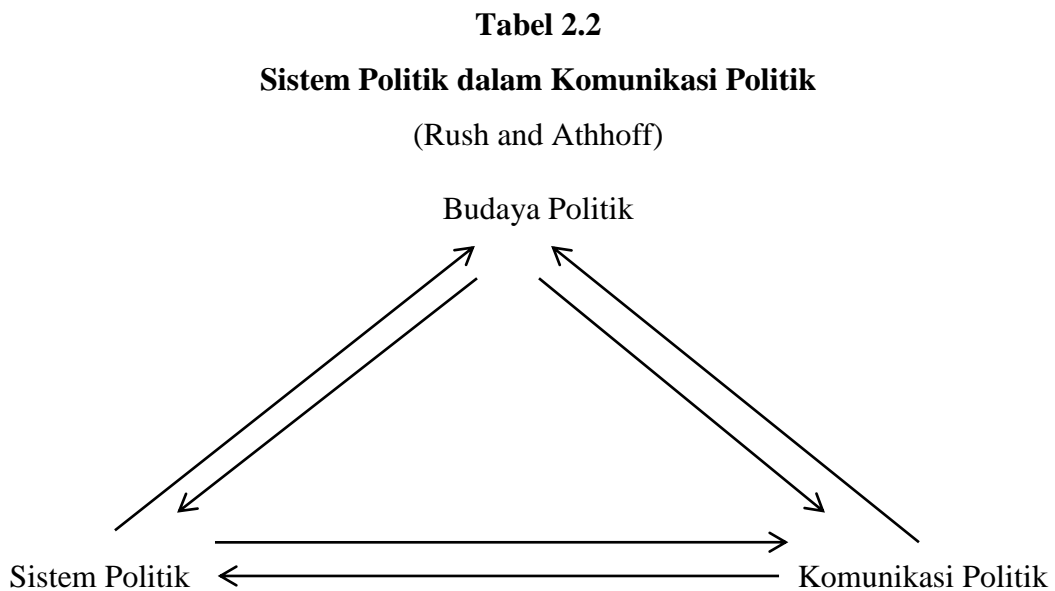
(11) Teori kedaulatan de facto dan de jure

Teori kedaulatan ini menunjuk pada pelaksanaan kekuasaan yang nyata dalam suatu masyarakat merdeka atau telah memiliki independensi, diantaranya : Kedaulatan de facto yang tidak syah dan Kedaulatan de facto yang syah. Sedangkan Teori kedaulatan de jure. Dalam teori politik, kedaulatan de jure menunjuk pada pengakuan suatu wilayah atau suatu situasi menurut hukum yang berlaku. (Mufti, 2012)

2.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Politik

Komunikasi Politik sebagai kegiatan politik merupakan penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Kegiatan ini bersifat empirik, karena dilakukan secara nyata dalam kehidupan sosial. Sedangkan sebagai kegiatan ilmiah, komunikasi politik adalah salah satu kegiatan politik dalam sistem politik (Maswadi Rauf, 1993: 32– 33).

Menurut *Rush* dan *Althoff* (1997:255) Komunikasi politik adalah transmisi informasi yang relevan secara politis dari satu bagian sistem politik – merupakan unsur dinamis dari suatu sistem politik; dan proses sosialisasi, partisipasi serta rekrutmen politik bergantung pada komunikasi. Secara sederhana unsur-unsur tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Komunikasi politik adalah salah satu dari tujuh fungsi yang dijalankan oleh setiap sistem politik. Dalam kata-kata Almond sendiri:

“All of the functions performed in the political system – political socialization and recruitment, interest articulation, interest aggregation, rule making, rule application, and rule adjudication – are performed by means of communication.”

Dalam buku *The Politics of The Development Areas*, pada tahun 1960.

Almond berpendapat bahwa:

“komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik sehingga terbuka kemungkinan bagi para ilmuwan politik untuk memperbandingkan berbagai sistem politik dengan latar belakang budaya yang berbeda (Maswadi Rauf, 1993: 21).

Faktor tujuan dalam komunikasi politik itu, jelas pula tampak pada definisi yang diketengahkan oleh Lord Windlesham dalam karyanya, *What is political communication* adalah:

“Komunikasi politik adalah suatu penyampaian pesan politik yang secara sengaja dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan membuat komunikasi berperilaku tertentu (Effendy, 2002: 158).”

“Menurut Dan Nimmo (2005: 8) “komunikasi Politik yaitu (kegiatan) komunikasi yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensi – konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik. “

Dengan demikian, inti komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi tersebut dapat mengikat suatu kelompok atau warga tertentu. Komunikasi politik dengan demikian adalah upaya sekelompok manusia yang mempunyai orientasi, pemikiran politik atau ideology tertentu dalam rangka menguasai atau memperoleh kekuasaan.

Komunikator itu sendiri sebagaimana dikemukakan oleh Rakhmat (dalam Dan Nimmo, 2005) digolongkan menjadi tiga yaitu politisi, profesional dan aktivis ketiganya dalam aktivitas keseharian mereka harus melakukan komunikasi

politik. Nimmo (2005;30) menjelaskan secara rinci mengenai komunikator politik ini. Ia memaparkan bahwa terdapat tiga macam komunikator politik.

Pertama, adalah komunikator politik yang mempunyai pekerjaan sebagai politisi/politikus, mereka adalah calon atau pemegang jabatan tertentu di pemerintahan. Tak peduli apakah ia ditunjuk atau pejabat karir dan tak mengindahkan apakah jabatan itu eksekutif, legislatif atau yudikatif. Pekerjaan mereka adalah aspek utama kegiatan ini. Politisi atau politikus inilah yang sering juga disebut sebagai elite politik. Dalam kegiatan keseharian, para politikus harus melakukan komunikasi politik. Hal ini dilakukan, untuk mengomunikasikan pesan-pesan politik kepada sesama politikus, pesan politik ini bisa berupa tuntutan, protes dan kebijakan. kemudian, melakukan komunikasi politik kepada masyarakat.

Kedua; profesional sebagai komunikator politik muncul diakibatkan karena berkembangnya perangkat teknologi media massa. Ia menyuarakan pendapat komunikator politik yang sesungguhnya dan menghubungkan dengan masyarakat, menghubungkan publik umum, dengan pemimpin politik dan membantu menempatkan masalah dan peristiwa pada agenda diskusi publik. Yang termasuk dalam profesional adalah para jurnalis (reporter, koordinator berita, penerbit, pengarah berita, eksekutif stasiun dan lainnya). Profesional lainnya adalah promotor, ia adalah orang yang dibayar untuk mengajukan kepentingan langganan tertentu. Seperti agen publisitas, tokoh masyarakat, pejabat humas, pejabat informasi publik, sekretaris presiden dan lainnya (Dan Nimmo, 2005: 35).

Komunikator yang *ketiga* adalah aktivis, yang dimaksud dengan aktivis adalah orang-orang yang tidak bekerja untuk kepentingan politik. Namun tugasnya adalah menjadi juru bicara atau sebagai peloby. Politik bukan lapangan pekerjaannya, namun ia terlibat baik dalam kegiatan politik walaupun dalam komunikasi. Karena itulah ia disebut aktivis politik. Aktivis lainnya yang juga berfungsi sebagai komunikator politik adalah pemuka masyarakat.

“Komunikasi politik merupakan salah satu fungsi partai politik, yakni menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat dan mengaturnya sedemikian rupa ”penggabungan kepentingan” (*interest aggregation*) dan “perumusan kepentingan” (*interest articulation*) untuk diperjuangkan menjadi public policy (Budiardjo, 2008: 406).”

Dari pengertian-pengertian di atas menunjukkan pada sikap dan perilaku seluruh individu yang berada dalam lingkup sistem politik, sistem pemerintahan atau sistem nilai baik sebagai pemegang kekuasaan maupun sebagai masyarakat untuk terwujudnya suatu jalinan komunikasi antara pemegang kekuasaan (pemerintah) dengan masyarakat yang mengarah kepada sifat-sifat integrative.

Komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan-pesan yang terjadi pada saat fungsi-fungsi itu dijalankan. Hal ini berarti bahwa fungsi komunikasi politik terdapat secara inherent di dalam setiap fungsi sistem politik.

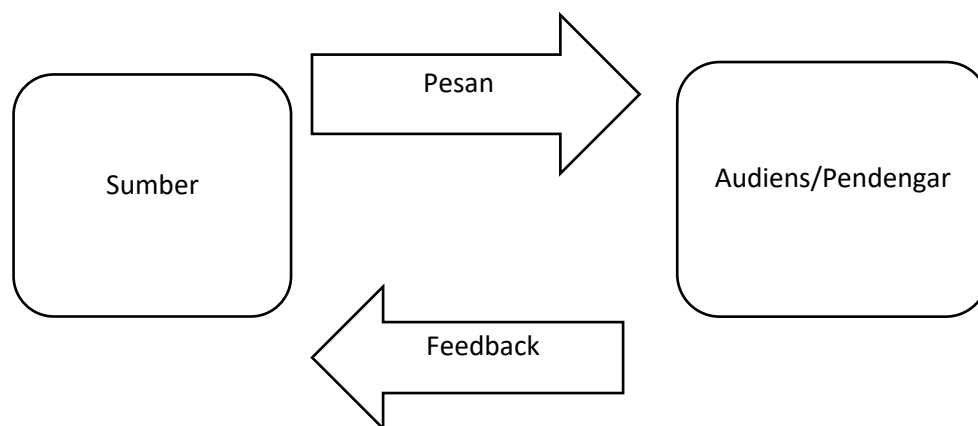
Dari beberapa pendapat mengenai komunikasi politik tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik merupakan suatu penyampaian pesan politik antara pemerintah, partai politik, dan juga warga masyarakat untuk menyampaikan ide, gagasan, dan pemikiran yang dapat mempengaruhi seluruh elemen masyarakat untuk dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang telah ditentukan bersama. Jadi, dilihat dari sistem dan pengertian komunikasi

politik di atas komunikasi politik merupakan suatu proses penyampaian informasi atau pesan yang dilakukan oleh pimpinan partai politik terhadap anggota partai politik dengan saluran/media berupa lisan maupun tulisan dan diharapkan anggota partai politik tersebut mengerti dan menyetujui dari apa yang telah disampaikan.

2.4.1 Unsur-Unsur Komunikasi Politik

Tabel 2.3

Unsur-Unsur Komunikasi Politik



Keterangan:

- a. Komunikator/sender/ sumber = Pengirim pesan
- b. Encoding: Proses penyusunan ide menjadi simbol/pesan
- c. Message = Pesan
- d. Media = Saluran
- e. *Decoding* – Proses pemecahan/ penerjemahan simbol-simbol
- f. *Feedback* = Umpan balik/ respon

g. Komunikan (*receiver*)/ pendengar (*audiens*) = Penerima pesan

Komunikasi politik dilakukan melalui proses yang meliputi unsur-unsur komunikasi politik yaitu (Nimmo, 2004:16):

a. Sumber

Para komunikator politik ini adalah *pols*, yakni politikus yang hidupnya dari manipulasi komunikasi, dan *vols*, yaitu warga negara yang aktif dalam politik berdasarkan paruh waktu (*part-time*) dan sukarela (*voluntary*).

b. Pesan

Sebagian besar politik adalah pembicaraan. Untuk memahami mengatakan apa dari komunikasi politik, dan gunanya untuk mula-mula melihat bahasa yang digunakan orang dalam berbicara, yaitu gejala linguistik politik. Komunikator politik menggunakan bahasa dan simbol, baik untuk meyakinkan khalayak.

c. Saluran

Media politik sebagai sarana saluran politik dapat dibagi menjadi: saluran massa, interpersonal, dan organisasi. Pemerintah dan pers sebagai sumber dan saluran komunikasi politik. Jika perbuatan politik kita diturunkan dari makna yang kita berikan kepada objek-objek politik, maka media berita menduduki posisi yang penting dalam proses komunikasi-opini karena kenyataan bahwa kita memperoleh begitu banyak informasi politik kita langsung dari siaran berita televisi dan dari surat kabar.

d. Audiens atau pendengar

Komunikasi terlibat dalam perbuatan gabungan atau transaksi antara sumber dan penerima. Khalayak komunikasi politik bukanlah wadah yang pasif yang ke dalamnya para pemimpin politik dengan berbagai karakteristik dan motif hanya menuangkan beraneka imbauan dengan menggunakan bahasa, simbol, piranti, dan media yang menarik.

e. Umpan balik

Akibat komunikasi diturunkan dari interaksi antara tiga unsur yang dapat dipisahkan: pesan, khalayak yang diduga akan dipengaruhi, dan pengaruh yang diakibatkannya. Singkatnya, akibat tidak ditentukan terpisah dari interpretasi: bahkan, akibat adalah tindakan interpretatif sinambung yang diturunkan dari penyusunan opini personal, sosial, dan politik.

2.4.2 Bentuk-bentuk Komunikasi Politik

Terdapat berbagai bentuk komunikasi politik yang biasa dilakukan oleh politikus atau aktivis politik untuk mencapai tujuan politiknya. Teknik komunikasi yang dilakukan diarahkan untuk mencapai dukungan-legitimasi (otoritas sosial), yang meliputi tiga level, yaitu pengetahuan, sikap sampai dengan perilaku khalayak. Bentuk-bentuk komunikasi politik menurut Arifin (2003: 65) antara lain, retorika politik, agitasi politik, propaganda politik, public relations politik, dan lobi politik.

1) Retorika politik

Retorika politik atau pidato politik sebagai suatu seni berbicara memang memiliki daya persuasi politik yang sangat tinggi, dengan menggunakan bahasa lisan yang indah (irama, mimik, dan intonasi suara). Arifin (2003: 65)

2) Public relations politik

Public relations politik sebagai bentuk kegiatan dalam melakukan hubungan dengan masyarakat, secara jujur (tidak berbohong), terbuka, rasional (tidak emosional), dan timbal balik (dua arah).

3) Kampanye politik

Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat.

4) Lobi politik

Lobi politik dan forum politik, merupakan forum pembicaraan politik yang dalam perspektif komunikasi politik tercakup dalam komunikasi antar pesona atau tatap muka, yang bersifat dialogis.

5) Pola tindakan politik

Tindakan politik dalam peristiwa komunikasi politik bertujuan untuk membentuk citra (image) politik bagi khalayak (masyarakat), yaitu gambaran tentang realitas politik yang memiliki makna.

2.4.3 Faktor-faktor Penghambat Komunikasi Politik

Faktor-Faktor Pendorong dan Penghambat Komunikasi Politik Unsur-unsur sistem komunikasi politik tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor pendorong dan faktor-faktor penghambat, seperti di bawah ini.

1) Hubungan komunikator-komunikan

Politikus, baik representatif maupun ideolog, berkomunikasi untuk kepentingan para pemilih atau untuk kepentingan tujuan. Juru bicara kelompok terorganisasi dan pemuka pendapat memainkan peran yang jauh lebih aktif dalam komunikasi politik dibandingkan dengan warga negara pada umumnya. Dalam komunikasi politik, partisipan adalah anggota khalayak yang aktif yang tidak hanya memperhatikan apa yang dikatakan oleh para pemimpin politik, tetapi juga menanggapi dan bertukar pesan dengan para pemimpin itu. Ringkasnya, partisipan politik melakukan kegiatan bersama dan bersama-sama dengan para pemimpin politik, yaitu mereka sama-sama merupakan komunikator politik (Nimmo, 2004: 125).

2) Faktor sosial-ekonomi

Banyak cara menentukan seseorang untuk dikategorikan ke dalam kelas sosial mana; tetapi pada umumnya, kelas itu merupakan fungsi dari pekerjaan, pendapatan, dan pendidikan orang. Anggota kelas atas dan kelas menengah adalah orang dengan pekerjaan profesional-manajerial dengan pendapatan tinggi dan berpendidikan akademis; anggota kelas menengah bisa pegawai administrasi atau pegawai keahlian (skilled) yang pendapatannya relatif baik dan seringkali, tetapi

tidak terlalu, memiliki gelar akademis; kelas rendah mencakup buruh kasar dengan pendidikan sekolah menengah atau yang lebih rendah, penganggur, dan orang miskin. Pada umumnya, orang dari kelas yang lebih tinggi lebih sering berpartisipasi dalam politik ketimbang orang dari strata sosial yang lebih rendah (Nimmo, 2004: 141).

3) **Budaya politik**

Suatu cara penting opini publik dalam mempengaruhi apa yang dilakukan oleh pejabat pemerintah ialah menggunakan budaya politik. Pengaruh opini publik yang terbesar terhadap pembuatan keputusan pada pemerintah ialah dimilikinya budaya politik bersama oleh rakyat untuk memegang jabatan pemerintah. Budaya politik terdiri atas pola kecenderungan kepercayaan, nilai, dan pengharapan yang diikuti secara luas (Nimmo, 2004: 36).

4) **Struktur organisasi partai**

Struktur ialah pelebagaan hubungan organisasi antara komponen-komponen yang membentuk bangunan itu. Struktur politik sebagai salah satu species struktur pada umumnya, selalu berkenaan dengan alokasi nilai-nilai yang bersifat otoritatif, yaitu yang dipengaruhi oleh distribusi serta penggunaan kekuasaan.

5) **Model komunikasi**

Komunikasi politik yang dilakukaaan partai politik bisa berupa lisan maupun tulisan. Komunikasi politik yang dilakukan oleh partai politik bertujuan untuk memperoleh kejelasan dan mempengaruhi perubahan aspek kognitif anggota yang meliputi paham ideologi dan *platform*.

2.4.4 Indikator dalam pelaksanaan komunikasi politik

1. Unsur-unsur sistem komunikasi politik (Rush dan Althoff, 2002:255)

- 1) Sumber, tolok ukurnya: pemimpin partai politik, pengurus partai politik.
- 2) Pesan, tolok ukurnya: isi pesan, perintah, larangan, program kerja.
- 3) Saluran, tolok ukurnya : media lisan, media tulisan, elektronik.
- 4) Umpan balik, tolok ukurnya: penolakan, penerimaan.
- 5) Audiens, tolok ukurnya : anggota partai politik.

2. Faktor-faktor pendorong dan penghambat komunikasi politik adalah:

- 1) Hubungan komunikator-komunikan, tolok ukurnya: pendekatan, pengenalan komunikator.
- 2) Faktor sosial-ekonomi, tolok ukurnya: tingkat pendidikan, tingkat ekonomi.
- 3) Budaya politik, tolok ukurnya: parokhial, kaula, partisipan.
- 4) Struktur organisasi partai politik, tolok ukurnya: formal, informal.
- 5) Model komunikasi, tolok ukurnya: berbelit-belit, mudah.

2.4.5 Fungsi Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan jalan mengalirnya informasi melalui masyarakat dan melalui berbagai struktur yang ada dalam sistem politik (Mas"oed dan Andrew, 1990: 130). Fungsi dari komunikasi politik adalah struktur politik yang menyerap berbagai aspirasi, pandangan, dan gagasan yang berkembang dalam masyarakat dan menyalurkannya sebagai bahan dalam penentuan

kebijakan. Dengan demikian fungsi membawakan arus informasi balik dari masyarakat ke pemerintah dan dari pemerintah ke masyarakat.

Fungsi komunikasi politik itu terutama dijalankan oleh media massa, baik itu media cetak maupun media elektronik. Dengan demikian media massa itu memiliki peranan yang strategis dalam sistem politik. Berarti frekuensi dan intensitas yang lebih besar. Di samping perasaan “sadar informasi” hal itu juga didukung oleh tersedianya fasilitas yang memadai.

Kelancaran komunikasi politik akan sangat berpengaruh pada kemantapan kehidupan politik. Terlambatnya saluran komunikasi politik dapat mengakibatkan munculnya kecurigaan antara satu kelompok lain, antara satu pihak dengan pihak lain. Atas dasar itu, keterbukaan politik ada batasnya, diperlukan dalam pembinaan sistem politik. Maka dari itulah muncul fungsi komunikasi bagi komunikasi politik untuk mempermudah jalannya sistem politik yang ada.

2.4.6 Proses Komunikasi Politik

Proses adalah arus, perubahan dan ketidaktepatan dalam hubungan kegiatan terhadap satu sama lain. *Barlund* melukiskan sifat proses itu sendiri – berkembang, dinamis, sinambung, sirkular, tak dapat diulang, tak dapat dibalikan dan kompleks. Sebagai proses, komunikasi tidak memiliki titik bertolak; tiada hentinya ia meliputi interpretasi personal, pertukaran sosial dan politik. Ia tidak memiliki penyebab yang mudah dilihat bagi akibatnya yang dapat diamati. (Dan Nimmo. 2005)

Miriam Budiardjo, dalam bukunya Dasar-Dasar Ilmu Politik, menjelaskan bahwa proses politik adalah pola-pola politik yang dibuat oleh manusia dalam mengatur hubungan antara satu sama lain. Proses dalam setiap sistem dapat dijelaskan sebagai input dan output. Input itu sendiri merupakan tuntutan serta aspirasi masyarakat dan juga dukungan dari masyarakat. Input ini kemudian diolah menjadi output, kebijaksanaan, dan keputusan-keputusan, yang akan dipengaruhi oleh lingkungan sosial.

Dari beberapa penjelasan dari ilmuwan politik yang menjelaskan tentang proses politik, maka dapat disimpulkan bahwa Pokok dari politik adalah upaya untuk mencapai tujuan, dan untuk mencapainya harus ada proses yang dilewati yang kemudian disebut sebagai proses politik. Secara garis besar, proses politik adalah semua interaksi yang terjadi dalam sebuah sistem politik. Proses politik dimulai dari adanya tuntutan untuk memenuhi tujuan dan kepentingan politik yang tentunya terdapat instrument untuk memperjuangkan tuntutannya. Proses politik merupakan tahapan setelah adanya input politik dimana proses mencakup serangkaian tindakan pengambilan keputusan, baik oleh perorangan, kelompok, maupun lembaga apapun macam legislatif, eksekutif, maupun yudikatif dan lain-lain dalam rangka memenuhi tujuan atau kepentingannya. Harus diketahui bagaimana input politik itu terbentuk dan bergerak, sebab dinamikanya akan sangat berpengaruh terhadap output politik atau setelah melalui proses politik. Oleh karena itu harus dikenali tenaga-tenaga pembuat atau tenaga pembantu dari input tersebut.

2.5 Tinjauan Tentang Media Sosial

Media sosial telah menjadi kebutuhan primer dari individu untuk mendapatkan kebutuhan informasi, hiburan, pendidikan dan pengetahuan – pengetahuan lainnya. Media sosial ini adalah hasil dari kemajuan teknologi informasi yang semakin canggih, sebagaimana diulas oleh Richard Hunter dengan *world without secret* di buku Media Sosial oleh Rulli Nasrullah bahwa:

“kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Media tradisional seolah – olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Jika selama ini institusi media sebagai lembaga yang mendominasi pemberitaan, kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitar mereka.” (Hunter dalam buku Media Sosial, 2016:1)

Istilah media sendiri dijelaskan sebagai alat komunikasi, namun ‘media’ juga dapat disebut sebagai sarana bagaimana bentuk dari teknologinya (Laughey dkk, dalam Rulli Nasrullah, 2016: 3-4). Seperti media cetak, yang berarti media tersebut digunakan untuk menghasilkan pesan berupa cetakan yang menggunakan mesin cetak, dan media elektronik yang dihasilkan oleh perangkat elektronik. Selain itu media juga dilihat dari bagaimana pesan itu disebarkan, atau seperti apa pola penyebaran pesan dengan teknologi, sampai pada bagaimana khalayak menggunakan media tersebut seperti media lama (*old media*) dan media baru (*new media*).

Sedangkan ‘sosial dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Bahkan dalam teori sosiologi disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek

dari masyarakat yang dipresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan.

Jadi menurut Mandibergh (2012) dalam buku Media Sosial oleh Rulli Nasrullah bahwa media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*use-generated content*). Sedangkan menurut Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content (UGD)* dimana konten yang dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. (Nasrullah, 2016:11)

2.6 Tinjauan Tentang Pilkada Serentak

Di tahun 2018 Indonesia menggelar pesta demokrasi, yaitu diselenggarakannya pemilihan umum kepala daerah atau pilkada di sejumlah daerah secara bersamaan baik di tingkat Kota, Kabupaten dan Provinsi. Indonesia adalah Negara demokratis, dimana masyarakat memilih tokoh-tokoh yang mencalonkan dirinya untuk menjadi ketua dan wakil ketua kepala daerah, yang nantinya bertugas untuk menjalankan roda pemerintahan. Adapun aturan tentang pemilihan kepala daerah ini ialah:

- Pasal 56 Undang Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah:
Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih dalam satu pasangan

calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil.

- Pasal 1 angka 4 Undang Undang No. 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggara Pemilu: *Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota adalah pemilihan untuk memilih gubernur, bupati, dan walikota secara demokratis dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.*
- Pasal 1 angka 5 Undang-Undang No. 22 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota: *Pemilihan gubernur, bupati, dan walikota yang selanjutnya disebut Pemilihan adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di provinsi dan kabupaten/kota untuk memilih gubernur, bupati, dan walikota secara demokratis melalui lembaga perwakilan rakyat.*
- Undang-Undang No. 1 Tahun 2015: *Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota yang selanjutnya disebut Pemilihan adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di Provinsi dan Kabupaten/Kota untuk memilih Gubernur, Bupati, dan Walikota secara langsung dan demokratis.*
- Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 2015: *Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota yang selanjutnya disebut Pemilihan adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan kabupaten/kota untuk memilih*

Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota secara langsung dan demokratis.
(www.mahkamahkonstitusi.go.id)

Untuk menjadi kepala daerah harus memenuhi syarat – syarat tertentu. Syarat utama ialah seorang warga Negara Indonesia dan persyaratan lain sesuai dengan isi Pasal 13 Undang – Undang Nomor 22 Tahun 2014. Sedangkan pelaksanaan pilkada sudah disebutkan dalam Pasal 65 Undang – Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, melalui dua tahap yaitu tahap persiapan yang memegang Pasal 65 ayat (2) Undang – Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah disebutkan tahap persiapan terbagi menjadi lima pelaksanaan. Dan tahap pelaksanaan, pada Pasal 65 ayat (3) Undang – ndang NO. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, tahap pelaksanaan yang terdiri dari enam kegiatan, yaitu penetapan daftar pemilih, pendaftaran dan penetapan calon Kepala Daerah/ Wakil Kepala Daerah, kampanye, pemungutan suara, perhitungan suara, penetapan pasangan calon Kepala Daerah/ Wakil Kepala Daerah terpilih dan pengesahan, dan pelantikan.

Kegiatan ke tiga dari tahap pelaksanaan pilkada adalah moment yang sangat menjadi sorotan yaitu masa kampanye. Para pasangan calon pilkada ditiap tempat akan berlomba – lomba untuk mempromosikan visi dan misi dalam memajukan daerah yang akan dipimpinnya jika terpilih nanti. Dimulai dari aksi yang dilakukan untuk masyarakat, mengeluarkan pendapat, solusi, serta membantu penyelesaian masalah diberbagai masyarakat. Ada beberapa hal mengapa kampanye dilakukan yaitu pertama, mengupayakan agar kesetiaan yang ada pada

pengikut partai akan bangkit untuk memilih sesuai dengan kesetiaan mereka. Kedua, adanya kegiatan untuk menjajaki warga negara yang tidak terikat pada partai. Ketiga, kampanye dilakukan tidak untuk mengalihkan kepercayaan dan nilai anggota partai, tetapi untuk meyakinkan rakyat, jika mereka memilih kandidat dari partai lain keadaan akan lebih baik. Dalam kata lain bahwa agar masyarakat tahu mana paslon yang menurutnya baik untuk dipilih sebagai pemimpin.

Banyak cara yang sudah dilakukan paslon untuk mempengaruhi khalayak. Baik dengan kampanye massa, kampanye tatap muka dimana menjadi peluang oleh kandidat untuk melakukan komunikasi tatap muka secara langsung dengan khalayak, serta kampanye radio. Dan berbagai macam media digunakan sebagai perantara, media elektronik dan media cetak misalnya, dan ada pula media berupa audio, media visual, maupun audio visual.

Dalam dunia yang didukung dengan kemajuan teknologi yang sangat maju, salah satu strategi kampanye yang dipercaya efektif menggunakan media audio visual, yaitu internet. Di dalam internet ini pula terdapat media online, media online ialah sarana komunikasi yang tersambung dengan koneksi internet secara online, seperti website, blog, email, media sosial, jejaring sosial, dll. Namun dari semua media online, media sosial menjadi yang paling umum digunakan oleh khalayak seperti instagram, twitter, facebook, whatsapp, line, dan sebagainya.

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah sebuah alur pikiran peneliti sebagai dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka penelitian ini akan mengkaji tentang Strategi Kampanye Politik Tim Pemenangan Pasangan Calon Hasanuddin-Anton Amanah (Hasanah) (Studi Kasus Kampanye Politik Dalam Penggunaan Media Sosial Twitter Pada Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018). Berdasarkan uraian diatas maka peneliti memutuskan Strategi Kampanye Politik Tim Pemenangan Hasanah Dalam Penggunaan Media Sosial adalah fokus pada penelitian ini.

Tim pemenangan Hasanah melakukan serangkaian strategi menggunakan media sosial sebagai pendukung strategi yang dilakukan selain menggunakan media sosial. Sesuai dengan kerangka pemikiran yang dipaparkan, maka peneliti menjelaskan bahwa:

1. Tim Pemenangan Hasanah melakukan kampanye pada pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018, dengan menggunakan media sosial twitter untuk mengangkat popularitas atau sebagai media untuk mengingatkan kepada target sasaran tentang pasangan calon Hasanuddin – Anton. Strategi yang dilakukan oleh Tim Pemenangan menggunakan media sosial dianggap sebagai strategi untuk mendukung strategi tanpa menggunakan media sosial, untuk menguatkan *political image*. Penggunaan medsos ini ditujukan untuk segmentasi pemilih pemula, karena itu dengan medsos ini mencoba memunculkan pasangan calon Hasanah.

2. Tim Pemenangan Hasanah menggunakan media sosial twitter. Twitter adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli.
3. Dalam melakukan kampanye politik membutuhkan strategi yang digunakan dalam penggunaan twitter ini, peneliti merumuskan bagaimana langkah – langkah, Implementasi, Hambatan, dan Segmentasi yang dilakukan oleh Tim Pemenangan Hasanah untuk mengkampanyekan paslon Hasanah.
4. Dengan mengetahui bagaimana Langkah – langkah penggunaan twitter, seperti apa Implementasi yang dilakukan dalam twitter, Hambatan apa yang didapatkan, dan seperti apa segmentasi penggunaan twitter oleh Tim Pemenagan dalam Kampanye Politik Paslon Hasanah, maka peneliti akan mengetahui bagaimana Strategi Kampanye Politik Tim Pemenangan Hasanah Dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018.

Gambar 2.1
Alur Kerangka Pemikiran Peneliti

