ISSN : 1907 - 9184

III.A.1.b.3).14

SINAR MAS

Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

VOLUME IV, NO 1, November 2012

Gaya Kepemimpinan yang Efektif Dalam Mewujudkan Perilaku Organisasi

Lembaga Sosial Sebagai Sosial Kontrol Dalam Masyarakat

Perilaku *ENTREPRENEURSHIP* Kepemimpinan Kepala Sekolah/Madrasah

Isu-Isu Kebijakan dan Pembangunan "*GOOD GOVERNANCE*" Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah

Pengaruh Sifat Mental Masyarakat yang Tergantung Terhadap Pembangunan

Kearifan Lokal Sebagai Modal Ekonomi, Sosial dan Budaya Dalam Pemberdayaan Masyarakat Bali

Karakter Guru dan Dosen, Kompetensi dan Prestasi Dalam Menyongsong Pendidikan

Polarisasi Kelompok/Massa

Pemberdayaan Desa Adat Dalam Pelestarian Fungsi Lingkungan Hidup

Membangun Komunikasi Politik yang Demokratis di Indonesia

Pencitraan Diri Politikus Melalui Komunikasi Politik

Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
(STISIP) Margarana Tabanan

Dokumentasi Kegiatan STISIP Margarana Tabanan

II.A.1.b.3).14

ISSN 1907 - 9184

Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

SINAR MAS

VOLUME 4, No.1, November 2012

SEKOLAH TINGGI ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
(STISIP) MARGARANA - TABANAN
2012

ISSN 1907 - 9184

DAFTAR ISI

Pengantar Redaksi iii
Daftar Isi iv

GAYA KEPEMIMPINAN YANG EFEKTIF
DALAM MEWUJUDKAN PERILAKU ORGANISASI
Oleh Drs. I Wayan Madra Suartana, M.Si., ... 1 - 4

LEMBAGA SOSIAL SEBAGAI SOSIAL KONTROL
DALAM MASYARAKAT
Oleh I GST. NGURAH. AGUNG BGS WIDIANA, SH, MH,. ..... 5 - 7

PERILAKU *ENTREPRENEURSHIP* KEPEMIMPINAN
KEPALA SEKOLAH/MADRASAH
Oleh Drs. I Wayan Suwira,M.Si,M.Pd, ... 8 - 13

ISU-ISU KEBIJAKAN DAN PEMBANGUNAN
"*GOOD GOVERNANCE*" DALAM PELAKSANAAN OTONOMI DAERAH
Oleh Dra. Ni Wayan Wahyuni, M.Si.,. ..... 14 - 16

PENGARUH SIFAT MENTAL MASYARAKAT
YANG TERGANTUNG TERHADAP PEMBANGUNAN
Oleh Drs. I Nyoman Satiana, M.Si.,. ..... 17 - 23

KEARIFAN LOKAL SEBAGAI MODAL EKONOMI,
SOSIAL DAN BUDAYA DALAM PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT BALI
Oleh A. A. NYM. SRI WAHYUNI, SE, MSi,. ..... 24 - 30

KARAKTER GURU DAN DOSEN, KOMPETENSI DAN PRESTASI
DALAM MENYONGSONG PENDIDIKAN
Oleh Drs. I Made Arjana, M.Si.,. ..... 31 - 35

POLARISASI KELOMPOK / MASSA
Oleh Drs. I Made Murdika, M.Si,. ..... 36 - 38

PEMBERDAYAAN DESA ADAT
DALAM PELESTARIAN FUNGSI LINGKUNGAN HIDUP
Oleh Luh Putu Sridanti, SH, MH.,. ..... 39 - 45

MEMBANGUN KOMUNIKASI POLITIK YANG DEMOKRATIS
DI INDONESIA
Oleh I Dewa Ayu Hendrawathy Putri, S.Sos, M.Si.., ... 46 - 59

PENCITRAAN DIRI POLITIKUS MELALUI KOMUNIKASI POLITIK
Oleh Dr.Drs.Ketut Sumadi, M.Par ..... 60 - 64

Cover depan : Monumen Candi Pahlawan Margarana
Cover belakang : Dokumentasi Kegiatan STISIP Margarana Tabanan

SINAR MAS Volume 4, No.1, November 2012 ISSN 1907 - 9184

PENCITRAAN DIRI POLITIKUS MELALUI KOMUNIKASI POLITIK

Oleh Dr. Drs. Ketut Sumadi, M.Par
Dosen Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar
E-mail: spiritbali62@yahoo.com

ABSTRACT

The importance of political communication for politicians can not doubt this time. Because of the intelligent and communications technology literacy pemimpimpin want to get a politician in accordance with expectations. For a politician, science communication is a powerful weapon for a smooth stride seize power, to spread the ideology of the party, grabbed his political ideals, even panning for personal gain or self-image.

Politicians are expected to be able to properly utilize the mass media and the right target by selecting the time of broadcast news segments and is right on target. Political communication should be dominated by politicians will determine his political career, with the motto; Who says what with what channel to Whom with what effect? Emerging political communication can not be separated from the political hegemony of the media and the media. Hegemony media encourage the formation of public opinion which is very central to the principle of hegemony, the ruling class ideas received by the public, which is expressed through the mass media. In the political hegemony of the media, the concept of hegemony not only explain the political domination through force, but more importantly through the passing of intellectual and moral leadership. Through this political communication politicians easily establish themselves in the imaging community.

Keywords: communication, politics, self-image, politicians.

I. PENDAHULUAN

Awalnya banyak yang meragukan Jokowi—panggalian akrab—Joko Widodo yang berpasangan dengan Basuki Tjahya Purnama, ketika diusung Partai PDIP sebagai calon Gubernur DKI Jakarta dalam Pemilihan Gubbernur DKI Jakarta tahun 2012. Sebab namanya kalah tenar dengan calon *incumbent*, Fausi Bowo yang berpasangan dengan Nachrowi Ramli. Dalam pemilihan putaran pertama perolehan suara Jokowi terpuruk, sedangkan Fausi Bowo unggul. Keunggulan Fausi Bowo tidak terlepas dari pencitraan diri yang menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta, yang setiap langkahnya selalu mendapatkan liputan media massa, baik televisi, radio, surat kabar, majalah, maupun *cybernet*.

Bagi seorang politikus, ilmu komunikasi menjadi senjata ampuh untuk memuluskan langkahnya merebut kekuasaan, menebarkan ideologi partai, meraih cita-cita politiknya, bahkan mendulang kepentingan pribadinya—pencitraan diri. Jokowi akhirnya menyadari kelemahannya, sehingga strategi kampanyenya di rubah dengan berpaling kepada rakyat kecil dan memberdayakan jejaring media sosial, media massa baik televisi, radio, surat kabar, majalah, maupun *cybernet* dimanfaatkan dengan baik untuk membangun citra dirinya bersama pasangannya. Kehadirannya yang penuh kesederhanaan serta menyampaikan program kampanye yang terkesan membela keterpurukan nasib rakyat kecil di kantong-kantong kemiskinan dengan liputan media yang luas, ternyata berhasil mendongkrak populeritasnya di mata warga metropolitan Jakarta. Jokowi sering akhirnya menjadi idola rakyat kecil yang diharapkan menjadi pemimpin yang dekat di hati rakyat dengan pemerintahan yang adil dan makmur di tengah sulitnya himpitan ekonomi. Pencitraan diri melalui komunikasi politik yang tepat inilah,

mengantar Jokowi-Basuki dalam pemilihan putaran kedua berhasil menggungguli pasangan calon yang lain, sebelum akhirnya memenangkan pemilihan Calon Gubernur DKI Jakarta 2012 dengan perolehan suara 53% lebih.

II. PEMBAHASAN

2.1 Pentingnya Komunikasi Politik bagi Politikus

Pentingnya peranan komunikasi politik bagi para politikus tidak bisa diragukan lagi saat ini. Karena masyarakat yang cerdas dan melek teknologi komunikasi ingin mendapat pemimpimpin seorang politikus yang sesuai dengan harapannya. Kisah serupa Jokowi di atas, salah satu contoh yang terjadi di Indonesia bulan Oktober 2012 yang lalu. Namun jauh sebelumnya, rakyat Amerika telah memulai memilih calon presidennya dengan juga dengan cermat memanfaatkan kekuatan ilmu komunikasi politik membangun pencitraan diri. Komunikasi politik dengan sangat cermat dilakukan oleh para kandidat calon-calon Presiden Amerika yang bertarung dalam pemilihan presiden, termasuk Presiden Obama yang berasal dari warga kulit hitam. Cangara (2011: 96) menguraikan, warga Amerika seperti sengaja menunda untuk menentukan pilihannya, siapa yang akan menjadi presiden lima tahun ke depan sebelum mereka melihat sang kandidat tampil di media massa, khususnya televisi. Dalam debat pemilihan presiden tahun 1960 antara John F.Kennedy dengan Richard Nixon, televisi berhasil mempengaruhi pemilih luar biasa. Nixon yang pada awalnya diunggulkan oleh jajak pendapat, ternyata bisa dikalahkan oleh oleh Kennedy yang tampil penuh pesona dalam kaca televisi. Demikian pula ketika Jimmy Carter Carter berhadapan dengan Gerald Ford pada tahun 1976, hasil jajak pendapat menempatkan Ford akan memenangkan pemilihan sebagai calon incumbent. Tetapi akhirnya Jimmy Carter unggul dan memenangkan pemilihan presiden. Sedangkan tahun 1992, Bill Clinton yang tidak terkenal dan tidak diunggulkan, bisa mengalahkan Presiden George Bush, karena penampilannya berkomunikasi politik di televisi. Pada tahun 2008, Presiden Obama juga memanfaatkan komunikasi politik melalui saluran media untuk mengangkat citra dirinya yang selalu dilecehkan berasal dari warga kulit hitam dan tidak pantas memimpin Amerika karena postur fisiknya dikaitkan dengan wajah tokoh teroris William Ayers. Tapi akhirnya, Obama dengan kecermatan komunikasi politik berhasil mengambil hati mayoritas warga Amerika yang berkulit putih dan memenangkan pemilihan presiden mengalahkan calon presiden McCain yang diunggulkan dalam jajak pendapat.

2.2 Politikus Memanfaatkan Media

Dari gambaran kisah para politikus di atas, secara sederhana dapat ditarik analisis bagaimana dahsyatnya efek dari komunikasi politik dengan penggunaan media komunikasi seperti TV, Internet/Cybermedia, dan Koran dalam pembentukan opini publik. Opini yang diciptakan dan disebar oleh politikus, dapat membentuk semacam sikap politik (opini politik). Banyak contoh tentang pembentukan opini publik dan peranan media massa untuk menjelaskan studi tentang komunikasi politik yang belakangan ini menjadi senjata pamungkas meraih kekuasaan. Ini berarti, politikus dituntut harus bisa memanfaatkan media massa dengan baik dan tepat sasaran dengan memilih segmen berita dan waktu siaran yang tepat sasaran.

Untuk memperoleh gambaran lebih banyak tentang komunikasi politik, dapat merujuknya mulai dari pengamatan sederhana di lingkungan terdekat, seperti kisah di seputar *desa pakraman* di Bali di tengah proses pemilihan calon bupati atau gubernur. Para kandidat berkomunikasi politik jauh-jauh hari sebelum kampanye pemilihan dimulai untuk mendongkrak pencitraan dirinya di tengah *krama* desa. Lihat misalnya pemilihan bupati Gianyar, tanggal 4 Nopember 2012. Pasangan calon bupati Anak Agung Beratha yang dengan cermat memanfaatkan komunikasi politik berhasil memenangkan pemilihan calon bupati Gianyar, mengalahkan pasangan Tjokorda Nindia yang kurang memanfaatkan komunikasi politik. *Krama* desa di Kabupaten Gianyar yang jarang melihat wajah dan aktivitas politik Tjokorda Nindia dan pasangannya di televisi, akhirnya menjatuhkan pilihannya kepada pasangan calon Anak Agung Beratha yang meraih kemenangan telak hampir di seluruh kecamatan.

2.3. Membentuk Opini Publik

Komunikasi politik yang harus dikuasi para politikus akan menentukan karier politiknya, dengan motto; *Who says what with what channel to whom with what effect?* Sebab terbentuknya opini publik untuk kepentingan politik merupakan salah satu bidang kajian komunikasi politik. Studi komunikasi politik ini sebenarnya merupakan bidang studi yang masih sangat baru, meskipun cikal bakal studi ini sudah dirintis sejak Harold D. Lasswell meneliti tentang opini publik, propaganda dan komunikasi (1935). Sejak itu Lasswell "dinobatkan" sebagai perintis dan pelopor penelitian propaganda dan komunikasi politik. Wilbur Schramm (1980) salah satu sarjana yang objek studinya pada komunikasi menganggap Lasswell sebagai Bapak Ilmu Komunikasi. Di Eropa, meskipun studi komunikasi politik telah dirintis sejak tahun 1922 ketika sarjana sosiologi terkenal Ferdinand Tonnies menerbitkan hasil penelitiannya tentang sifat opini publik pada masyarakat massa, atau bahkan pada akhir abad ke-19 ketika Bagehot, Maine, David Bryce dan Graham Wallace di Inggris menelaah peranan pers dalam pembentukan opini publik, namun studi komunikasi politik sebagai disiplin yang berdiri sendiri baru hadir pada tahun 1960-an.

Komunikasi politik sebagai sebuah disiplin baru, memanfaatkan sumbangan pemikiran dari berbagai disiplin ilmu lain. Komunikasi politik bersifat multidisipliner, yang ditegaskan oleh Dan Nimmo (1981) bahwa "*political communication as a field of inquiry is cross disciplinary*". Misalnya: Antropologi dan Sosiologi yang mempelajari sosiolinguistik dan simbolisme berjasa bagi studi bahasa politik. Psikologi dan Psikologi Sosial memberikan kontribusi bagi landasan studi efek pesan politik, konstruk politik, dan sosialisasi politik. Retorika menyediakan metode historis, kritis, dan kuantitatif untuk menganalisis retorika politik. Ilmu politik sendiri menyediakan landasan bagi studi perilaku pemilih (*votmg behavior*) dan pemimpin politik. Sibernetika menyediakan pendekatan system untuk memandang komunikasi politik secara *holistic*. Serta filsafat eksistensialisme dan fenomenologi melahirkan teori kritis dalam komunikasi politik.

Mengingat sifatnya yang multidisipliner dapat memperkaya bidang kajiannya, studi komunikasi politik seringkali juga menjadi terlalu luas. Misalnya mulai dari pengkajian komunikasi politik melalui media massa seperti yang dilakukan oleh Davis & Kraus yang menerbitkan "*The Effects of Mass Communications Political Behavior*" (1976), simbolisme politik (perlambang) yang dirintis oleh Harold Lasswell (1935), politikolinguistik oleh Fishmen, 1970, Franck dan Weisband, 1972, sampai pada hubungan komunikasi dengan sistem politik oleh Chaffee 1975, dan Davis & Kraus 1976.

2.4 Beberapa Pemahaman Komunikasi Politik

Fagen mendefinisikan komunikasi politik sebagai "*communicatory activity considered political by virtue of its consequences, actual and potential, that it has for the functioning of political systems*" (aktifitas komunikasi yang bersifat politis yang akibat-akibatnya, baik nyata maupun terpendam, dapat menjadikan sistem politik berjalan secara fungsional). (R. Fagen; *Politics and Communication*, Little Brown, Boston, 1966, hal. 20). Komunikasi politik merupakan kegiatan berkomunikasi yang dianggap politis berdasarkan atas segala konsekuensinya baik yang nyata maupun terpendam, sehingga ia berpengaruh terhadap jalannya sistem politik. Jelas definisi ini masih terlalu luas (*all encompassing*). R.B. Meadow dalam tulisannya "Politics as Communication" (1980) mendefinisikan bahwa "*political communication refers to any exchange of symbols or messages that to a significant extent have been shaped by or have consequences for the political system*" (komunikasi politik merujuk kepada berbagai pertukaran simbol-simbol atau pesan-pesan sehingga sampai pada taraf tertentu telah diberi bentuk oleh, atau memiliki akibat bagi, sistem politik). Dan Nimmo sendiri mendefinisikan komunikasi politik sebagai "*communication (activity) considered political by virtue of its consequences (actual or potential) which regulate human conduct under the condition of conflict*" (aktifitas komunikasi yang bersifat politis dengan segala konsekuensinya – baik nyata

atau terpendam – yang mengatur perilaku manusia di bawah syarat konflik). *Who says* adalah para komunikator; aktifis politik, pemerintah atau pengamat. *What* adalah pesan-pesan atau simbol politik; permainan bahasa atau *eufemisme* untuk mempengaruhi dan meyakinkan publik melalui propaganda, iklan, dan retorika. *What channel* adalah dengan saluran atau media apa; interpersonal, organisasional, maupun massal. *To whom* adalah khalayak atau publik. *What effect* adalah kesan dan akibat dari proses komunikasi politik; terprovokasi, bertindak politik, atau mendukung sang politikus.

2.5. Hegemoni Media dan Politik Media

Pemahaman tentang munculnya komunikasi politik ini, dalam pendapat Piliang (2004: 135 – 139), tidak terlepas dari adanya hegemoni media dan politik media. Hegemoni media mendorong terbentuknya opini publik yang merupakan hal sangat sentral dalam prinsip hegemoni, yaitu diterimanya ide kelas berkuasa oleh masyarakat luas, yang diekspresikan melalui media massa. Gramsci sebagai tokoh pemikir teori hegemoni, menganggap penting adanya institusi-institusi yang menyebarluaskan hegemon ideologi. Media massa sebagai bagian dari ruang publik yang didalamnya, bahasa dan symbol-simbol diproduksi dan disebarluaskan, bukan sesuatu yang bersifat pasif tetapi merupakan sebuah bentuk ruang tempat berlangsungnya perang bahasa atau perang simbol untuk merebut penerimaan publik atas gagasan-gagasan idiologis yang diperjuangkan.

Prinsip hegemoni, dibangun di atas sebuah landasan demokrasi yang terbentuk antara kelompok yang berkuasa dan kelompok yang dikuasai, sehingga yang tercipta adalah *civil society* atau masyarakat sipil. Dalam hegemoni politik media, konsep hegemoni tidak hanya menjelaskan dominasi politik lewat kekuatan, akan tetapi yang lebih penting melalui lewat kepemimpinan intelektual dan moral. Akan tetapi, dalam memperebutkan penerimaan publik, kekuatan bahasa dan simbol yang memiliki nilai-nilai dominan yang dihasilkan media tidak pernah berada dalam kondisi stabil. Ia selalu dipertanyakan, digugat, dipertentangkan, ditantang, dan dilawan lewat berbagai bentuk perjuangan politik pertandaan oleh lawan-lawan politiknya. Dengan demikian, akan terjadi perebutan hegemoni yang tidak henti-hentinya sesuai dengan azas demokrasi.

III. SIMPULAN

Fungsi komunikasi politik terdapat secara inherent di dalam setiap fungsi sistem politik. Politikus itu peran dan fungsinya menjadi salah satu elemen komunikasi politik. Baik sebagai komunikator politik, atau sebaliknya menerima pesan-pesan politik yang disampaikan rakyat kepada politikus.

Media komunikasi dalam bentuk media massa merupakan saluran komunikasi politik yang sangat penting untuk membangun pencitraan diri seorang politikus dalam mencapai atau menyebarluaskan ideology politiknya. Hegemoni media mendorong terbentuknya opini publik yang merupakan hal sangat sentral dalam prinsip hegemoni, yaitu diterimanya ide kelas berkuasa oleh masyarakat luas, yang diekspresikan melalui media massa.

Dalam hegemoni politik media, konsep hegemoni tidak hanya menjelaskan dominasi politik lewat kekuatan, akan tetapi yang lebih penting melalui lewat kepemimpinan intelektual dan moral. Melalui komunikasi politik inilah politikus mudah membangun pencitraan dirinya sebagai seorang politikus yang intelek dan bermoral. ***

DAFTAR PUSTAKA

Anwar Arifin, 2003. *Komunikasi Politik: Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: PT. Balai Pustaka.

Cangara, Hafied, 2011. *Komunikasi Politik, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Jackson and Pye, Karl D. and Lucian W. (Ed.) 1978 . *Political Power and Communications in Indonesia*.. Berkeley: University of California Press.

Liliweri, Alo. 2007. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya.* Yogyakarta: LKiS

Nimmo, Dan. 1999. *Komunikasi Politik: Komuniktor, Pesan, dan Media.* Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Nimmo, Dan. 2000. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek.* Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Posrealitas, Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika.* Yogyakarta: Jalasutra.