

nadiasmita@uny.ac.id

Komunikasi

Politik

Definisi

- ❑ Steven H. Chaffee (1975) *Political Communication*
 - ❑ ...peran komunikasi dalam proses politik
- ❑ Brian McNair (1995) *Introduction to Political Communication*
 - ❑ Setiap buku tentang komunikasi politik diawali dengan mengakui bahwa sangat sulit mendefinisikannya dengan tepat, karena komponen dari frase itu sangat terbuka bagi berbagai definisi luas.
- ❑ Dennis McQuail (1992) “Political Communication” dalam *Encyclopedia of Government and Politics*
 - ❑ ...merujuk pada semua proses pengiriman, pertukaran, dan pencarian informasi (termasuk fakta, opini, keyakinan, dll) yang terlibat sehubungan dengan aktivitas-aktivitas politik yang terlembagakan

Definisi McQuail

- ❑ Komunikasi dalam sistem politik (konstitusional) dari masyarakat demokratik
- ❑ Media memenuhi fungsi-fungsi instrumental dalam komunikasi politik
 - ❑ Sebagai pelapor peristiwa
 - ❑ Sebagai platform bagi ekspresi opini politik
 - ❑ Sebagai instrumen bagi organisasi partai politik dan senjata konflik inter-partai
 - ❑ Sebagai pengawas bagi tindakan pemerintah
 - ❑ Sebagai instrumen pemerintah untuk menyebarkan informasi dan pengaruh

Riset Komunikasi Politik

- ❑ Diawali dengan studi tentang propaganda saat dan di antara dua perang dunia
 - ❑ Walter Lippmann, “*Public Opinion*” (1922)
 - ❑ Harold Lasswell, “*Propaganda Technique in the World War*” (1927)
- ❑ Fokus awal pada propaganda perang/fasis/stalinis yang berakibat dalam keasyikan umum dengan dampak persuasif dari pesan-pesan politik (melalui media)
- ❑ Menurut McQuail (2002), dalam *Mass Communication Theory*, periode pertama studi komunikasi (1920an-1940an) dicirikan oleh keyakinan pada keperkasaan media massa

Riset Komunikasi Politik

1940an-1950an studi empiris tentang dampak media, terutama dalam kampanye. Ada perubahan sosial, teknologis, dan struktural

- **Model Minimal Effects**

- Paul Lazarsfeld et al, *The People's Choice* (1944)
- informasi rendah, partisan tinggi

- **Perubahan Sosial sejak 1960an**

- Dealignment (pengambilan jarak)

- **Teknologis**

- Tv menjadi media informasi utama
- Komersialisasi, visualisasi, tabloidisasi

- **Profesionalisasi komunikasi politik**

- Marketing politik, konsultasi kampanye

Riset Komunikasi Politik

❑ Jay G. Blumler (2001)

‘The third age of political communication,’
in *Journal of Public Affairs* 1(3)

❑ 1950-an:

❑ Akses gampang ke media, komunikasi politik mencerminkan sikap partisan, cenderung lebih menegaskan daripada membujuk, institusi politiknya kuat dan stabil

❑ 1960an-1980an:

❑ Jaringan televisi saluran-terbatas, dealignment, konsumerisme, skeptisme publik tentang elite, makin pentingnya komunikasi politik, dan semakin pentingnya peran media dalam proses politik, “proses publisitas modern”

❑ 1990an-sekarang:

❑ Proliferasi di dalam dan di seberang media mainstream, banyaknya channels, jangkauan tak terbatas, kemungkinan interaktivitas

Strategi Komunikasi Politik

- Propaganda
- Public relations
- Political Marketing



Para Pemain

❑ Pemerintah

❑ Domestik

❑ Luar negeri

❑ Partai-partai Politik

❑ Kelompok kepentingan

❑ LSM – NGO

❑ Militer

❑ Teroris



Harold Laswell on Propaganda

- Adagium
 - *Who says what, to whom, to which channel and with what effect*
- Propaganda
 - Istilah netral. Menyebarkan atau mengusulkan suatu ide” (to *disseminate or propagate an idea*).
 - Namun, ini berubah berkonotasi negatif yaitu pesan dianggap tidak jujur, manipulatif, dan mencuci otak
- Tujuan
 - Mengelola sikap; seseorang, kelompok, institusi, hingga mode partisipasi personal
- Propaganda era moderen
 - Penataan sosial sesuai perubahan teknologi
 - Jika dulu dilakukan dengan paksaan dan kekerasan, sekarang dengan argumen dan persuasi

Teknik Propaganda

- Saling mengata-ngatai
- Membesar-besarkan hal yang biasa
- Eufemisme
- Mentransfer
- Testimonial
- dll

Institute of
propaganda
analysis (1937)



Public relations

- Manajemen komunikasi antara lembaga dan publiknya
 - (James Grunig & Todd Hunt, *Managing Public Relations*, 1984)
- Menggunakan komunikasi untuk mengadaptasi hubungan antara lembaga dan publiknya
 - (Carl Botan, *International public relations*, 1992)
- Secara historis, kebanyakan PR adalah propaganda halus
 - (Kevin Moloney, *Rethinking PR: The Spin and the Substance*, 2000)

Praktik PR

Tujuan

- Kredibilitas
- Publisitas

Perangkat

- Konferensi Pers
- Rilis Pers
- Publisitas
- Sponsorship

Aplikasi

- Manajemen Krisis
- Manajemen Reputasi
- Manajemen Issue
- Manajemen Hubungan Internal
- Manajemen hubungan eksternal

Marketing Politik



Fenomena

- Perubahan Sosial
- Perubahan Elektoral
- Makin pentingnya kampanye
- Profesionalisasi kampanye

Perubahan Sosial

- ❑ Menurunnya relevansi kelas sosial
- ❑ Meningkatnya mobilitas sosial
- ❑ Meningkatnya pendidikan
- ❑ Menurunnya relevansi ideologi
- ❑ Munculnya isu baru

Perubahan Elektoral

- Dealignment
- Meningkatnya kesukaan pemilu
- Menurunnya pengaruh power usia, gender, kelas
- Menurunnya isu alignment
- Isu voting

Makin Pentingnya Kampanye

- Kampanye tidak lagi didominasi soal memobilisasi dukungan
- Dengan penurunan basis dukungan, pemilih perlu dipikat melalui kampanye
- Konteks harus berdampak pada ekonomi, isu-isu, evaluasi kepemimpinan
- Makin banyak pemilih mengambang yang harus diperebutkan
- Makin pentingnya media massa

Profesionalisasi Kampanye

- Peningkatan anggaran belanja kampanye
- Penggunaan konsultan, lembaga survei, iklan komersial
- Meningkatnya pengaruh konsultan kampanye terhadap konten kebijakan manifesto
- Konvergensi kebijakan perlunya menjadi beda dibanding pesaing
- Perlu Riset (kelompok fokus, private polling, direct marketing, database marketing)
- Mengubah fokus media; dari liputan isu, liputan kepemimpinan, citra dan ras, menjadi liputan strategi, interaksi partai-media, dan peran pelintiran