

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pengertian

##### A. Komunikasi

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (common). Istilah komunikasi atau communication berasal dari bahasa latin, yaitu cummunicatio yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya communis yang bermakna umum atau bersama bersama. Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing-masing. Ingat bahwa sejarah ilmu komunikasi, ia dikembangkan dari ilmuan yang berasal dari berbagai disiplin ilmu ( Riswandi, 2009) .

Harold D. Lasswell menggambarkan komunikasi dengan menjawab pertanyaan berikut : *Who Says what In which Channel To Whom with What Effect ?*, yang artinya komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan dengan akibat/efek apa atau hasil apa. Definisi Lasswell ini juga menunjukkan bahwa komunikasi itu adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan (Wiryanto : 2004 : 5-7).

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa-sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor di luar orang orang yang berkomunikasi. Indikator paling umum mengklasifikasikan

komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Maka dikenal :

- a) Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri-sendiri. Contohnya berpikir. Komunikasi intrapersonal melekat pada komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain biasanya berkomunikasi dengan dirinya sendiri ( memersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari.
- b) Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.
- c) Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Contohnya : cermah, pidato, tabligh akbar.
- d) Komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi, yang bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.
- e) Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak atau elektronik, yang berbiaya mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen (Mulyana, 2008 : 77-84).

Proses komunikasi sendiri meliputi :

1. proses komunikasi secara primer : proses penyampaian pikiran/perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambang/bahasa verbal sebagai media utama
2. proses komunikasi secara sekunder : proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat/sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media utama ( Mulyana: 2008).

## **B. Politik**

Dilihat dari etimologi, kata politik berasal dari bahasa Yunani, yakni polis yang artinya kota yang berstatus negara kota (city state). Segala aktifitas yang dijalankan polis untuk kelestarian dan perkembangannya disebut politika. Secara umum politik bisa dikatakan the art and science of government atau seni dan ilmu pemerintah (Hidajat, 2012 : 02 ).

Disisi lain, pengertian politik Harold D. Lasswell & Abraham Kaplan dalam bukunya ( Power and Society, 1964 :12,85) mengatakan bahwa politik berarti kekuasaan. Politik itu merupakan perjuangan untuk mencapai kekuasaan. Laswell sendiri mengatakan bahwa politik terutama mengandung pengertian distribusi. Politik ialah siapa mendapatkan sesuatu, bilamana dan bagaimana cara mendapatkan sesuatu tersebut.

Laswell mengatakan bahwa politik adalah keseluruhan dari interaksi-interaksi yang mengatur pembagian-pembagian nilai-nilai secara autoritatif ( berdasarkan wewenang) untuk dan atas nama masyarakat ( Hidajat, 2012 : 5).

**a) Karakteristik politik**

Aritoteles menjelaskan bahwa setiap tindakan manusia selalu bermakna politik (everything is politics), sehingga politik merupakan hakikat keberadaan manusia dalam bermasyarakat. Itulah sebabnya Anwar Arifin menyimpulkan bahwa politik sebagai fenomena sosial serbahadir (ubiquitous). Artinya politik itu hadir dimana saja dan kapan saja, sehingga tidak berpolitik, juga sesungguhnya telah berpolitik (Arifin, 2011:7).

Selain istilah politik bersifat serbahadir dan multimakna, istilah politik juga memiliki multidefinisi (banyak definisi). Adanya multidefinisi itu disebabkan oleh adanya perbedaan perspektif atau sudut pandang yang digunakan para sarjana, ilmuwan, atau pakar politik. Meriam Budiarjo misalnya merumuskan bahwa politik adalah usaha menanggapi kehidupan yang baik di Indonesia, yang dikenal pepatah *gemah ripah loh jinawi* (Arifin, 2013 : 4).

Nimmo menyebutkan bahwa politik terjadi dalam setting politik yang ditandai dengan perselisihan atau konflik. Bahkan Alfian justru menyatakan bahwa keseluruhan proses politik itu terjadi dalam kerangka konflik dan konsensus/kompromi. Dalam upaya mencari konsensus dari konflik politik, diperlukan seni berkompromi atau seni mencari konsensus. Anwar Arifin menulis bahwa politik sebagai seni, sering juga disebut sebagai *art of possible* ( seni mendesain apa yang

mungkin), yang diimbangi dengan *art of impossible*( seni mendesain yang tidak mungkin, menjadi mungkin). Hal ini terjadi antara lain : pengambilan keputusan, dan penetapan peraturan perundang-undangan, serta penetapa perjanjian dalam hubungan internasional ( Arifin, 2011 : 9)

Hal tersebut dapat dipahami karena politik memang menyangkut tentang manusia dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Justru itu diperlukan kerjasama yang terjalin melalui komunikasi atau interaksi antara individu atau kelompok dengan negara sebagai suatu asosiasi. Hal itu dilakukan melalui jalur wewenang, pengaruh, kekuasaan, kepentingan, dan kekuatan. Kerjasama itu dapat berbentuk fraksi, koalisi, persekutuan, dan bahkan dapat berkembang menjadi konspirasi ( persekongkolan). Dalam menciptakan komunikasi, hubungan, interaksi yang harmonis dalam mempertahankan dan mengembangkan hidup dalam asosiasi terutama negara, selalu ada aturan, wewenang, dan kekuasaan (Ibid) ( Arifin, 2011: 97-99).

Selain itu muncul dan bergema juga suatu tema bahwa politik adalah pembicaraan. Tokoh-tokoh utama yang mengembangkan tema itu antara lain, David V.J, Mark Roelofs, dan Peter M. Hall. Mereka itu berpandangan bahwa kegiatan politik banyak dilakukan melalui pembicaraan. Bahkan konflik politik diselesaikan menjadi konsensus, melalui pembicaraan yang intensif. Dengan tema itu timbul anggapan bahwa politik adalah komunikasi, karena komunikasi mencakupi politik. Demikian juga dapat diartikan bahwa politik adalah komunikasi, karena bertindak sama dengan berkomunikasi yang bersifat nonverbal berdasarkan paradigma pragmatis ( Arifin, 2011: 99).

## **b) Sistem politik**

Dalam bukunya Anwar Arifin *komunikasi politik* (2011) Eston menulis bahwa Sistem politik adalah alokasi nilai-nilai yang bersifat paksaan berdasarkan wewenang dan nilai-nilai yang dialokasikan itu mengikat masyarakat sebagai suatu keseluruhan. Itu sebabnya sistem politik sering disamakan dengan *istilah negara dan istilah kehidupan politik*. Merumuskan bahwa kehidupan politik sebagai percakupan bermacam-macam kegiatan yang mempengaruhi kebijakan dari pihak wewenang, yang diterima oleh suatu masyarakat dan mempengaruhi cara melaksanakan kebijakan itu.

Sistem politik memiliki beberapa subsistem yang saling terkait dan masing-masing memiliki fungsi tertentu, yang dikenal dengan sebutan *struktur politik* yang terdiri atas aspek *infrastruktur politik dan suprastruktur politik*. Kedua aspek itu sering juga dinamakan sebagai mesin politik yang bekerja atas dukungan komunikasi politik. Itulah sebabnya sistem politik berkaitan dengan komunikasi politik. Bahkan sistem politik tak dapat berjalan efektif tanpa komunikasi politik (Arifin, 2011).

## **c) Etika Politik**

Etika berasal dari Yunani “ethos” yang berarti watak kesusilaan atau adat kebiasaan. Etika berkaitan dengan moral. Moral berasal dari bahasa Latin “Mos” dalam bentuk jamak “mores” yang berarti adat kebiasaan atau cara hidup seseorang

dengan melakukan perbuatan baik dan menghindari perbuatan buruk. Hal ini berdasarkan kenyataan bahwa pengertian “moral” senantiasa menunjuk kepada manusia sebagai subjek etika. Dapat disimpulkan bahwa etika politik berhubungan dengan masyarakat, bangsa maupun negara, etika politik tetap meletakkan dasar fundamental manusia sebagai manusia. Dasar ini lebih meneguhkan akar etika politik bahwa kebaikan senantiasa didasarkan kepada hakikat manusia sebagai makhluk beradab dan berbudaya( Symsiyatun & Wafiroh, 2013: 19).

Secara substantif pengertian etika politik tidak dapat dipisahkan dengan subjek sebagai pelaku etika, yakni manusia. Oleh karena itu etika politik berkaitan erat dengan bidang pembahasan moral. Hal ini berdasarkan kenyataan bahwa pengertian “moral” senantiasa menunjuk kepada manusia sebagai subjek etika. Dapat disimpulkan bahwa dalam hubungannya dengan masyarakat bangsa maupun negara, etika politik tetap meletakkan dasar fundamental manusia sebagai manusia. Dasar ini lebih meneguhkan akar etika politik bahwa kebaikan senantiasa didasarkan kepada hakikat manusia sebagai makhluk beradab dan berbudaya (Thompson & Dennis F, 2002: 3).

Berdasarkan suatu kenyataan bahwa masyarakat, bangsa, maupun negara bisa berkembang ke arah keadaan yang tidak baik dalam arti moral. Misalnya suatu negara yang dikuasai oleh penguasa atau rezim yang otoriter. Dalam suatu masyarakat negara yang demikian ini maka seseorang yang baik secara moral kemanusiaan akan dipandang tidak baik menurut negara serta masyarakat negara. Oleh karena itu aktualisasi etika politik harus senantiasa mendasarkan kepada ukuran harkat dan martabat manusia sebagai manusia (Suseno, 1987: 15).

Etika politik menurut Ricoeur, tidak hanya menyangkut perilaku manusia itu sendiri(individual), tapi juga terkait rindakan kolektif. Dalam pemikiran Haryatmoko, menurutnya etika politik perlu karena bagaimana tidak santunnya pada politik, tiap keputusan untuk bertindak, perlu legitimasi (simbolik). Dimana itu akan dibahas bersama dan mengacu pada norma-norma moral, nilai-nilai atau peraturan perundang-undangan (Thompson, 1999).

### **C. Komunikasi politik**

Membicarakan komunikasi politik tidak semudah dengan membicarakan gerakan politik. Kesulitan itu muncul karena ada dua konsep yang mengungkap disiplin ilmu ini, yakni konsep “komunikasi” dan “politik”. Komunikasi politik adalah sebuah studi yang inter disiplinyang dibangun atas berbagai macam ilmu, terutama dalam hubungannya antara proses komunikasi dan proses politik. Ia merupakan wilayah pertarungan dan dimeriahkan oleh persaingan teori, pendekatan, agenda dan konsep dalam membangun jati diri ( Cangara, 2009: 16).

Dalam buku Hafied Cangara, menurut Dahlan (1999) komunikasi politik ialah suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik. Dengan demikian pengertian komunikasi politik dapat dirumuskan sebagai suatu proses pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara



berpikir, serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik (Canggara, 2009: 35).

Secara sederhana, menurut komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Komunikasi juga dipahami sebagai komunikasi antar yang memerintah dan yang diperintah (Rush & Althoff, 1997: 159)

Secara umum komunikasi politik diartikan Anwar sebagai pembicara dan tindakan untuk mempengaruhi manusia dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Sedang McNair (1995) menulis bahwa komunikasi politik adalah komunikasi yang diupayakan untuk mencapai tujuan-tujuan politik tertentu. Namun Plano (1982) menyatakan bahwa komunikasi politik merupakan proses penyebaran arti, makna atau pesan yang bersangkutan dengan fungsi sistem politik (Arifin, 2011: 12).

Berdasarkan pandangan tersebut, jelas bahwa komunikasi politik berperan dalam suatu sistem politik, terutama untuk memperlancar pelaksanaan fungsi politik. Dengan demikian juga komunikasi politik berperan dalam memaksimalkan fungsinya struktur politik yang mencakup aspek suprastruktur politik dan infrastruktur politik yang merupakan mesin politik.

Aspek suprastruktur adalah kelompok struktur politik yang ada dalam pemerintahan yang dikenal dalam bentuk lembaga-lembaga negara seperti lembaga legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Lembaga-lembaga itu merupakan mesin politik

yang resmi. Berfungsi memproses semua masukan (input) dari infrastruktur politik yang selanjutnya menetapkannya dalam bentuk keputusan bersama yang yang disebut luaran (output) atau produk politik. Hal ini merupakan nilai-nilai otoritatif yang berada dalam wewenang pemerintah. Pada hakikatnya suprastruktur politik menjalankan fungsi : pembuatan keputusan ( legislatif), pelaksanaan keputusan ( eksekutif) dan pemberian keadilan ( yudikatif).

Selanjutnya infrastruktur politik merupakan kelompok struktur yang terdapat dalam masyarakat yang dikenal dalam bentuk organisasi kepentingan, seperti : partai politik, persatuan mahasiswa, pemuda, majelis dan sebagainya. Kelompok kepentingan yang paling berperan dalam negara demokrasi ialah partai politik, meskipun merupakan mesin politik yang kurang resmi. Infrastruktur politik berfungsi melakukan artikulasi politik dan agregasi politik. Hal ini dilakukan dengan menampung dan merumuskan aspirasi atau kepentingan dari bermacam-macam kelompok.

Terlaksananya segala fungsi dalam sistem politik sangat dipengaruhi juga oleh budaya politik masyarakat dalam suatu negara. Budaya politik menurut Miriam Budiardjo (2010 : 58) adalah keseluruhan dari pandangan-pandangan politik, seperti norma-norma, pola-pola orientasi terhadap politik dan pandangan hidup pada umumnya. Dan menyatakan bahwa budaya politik mengutamakan dimensi psikologis dari suatu sistem politik, yaitu sikap-sikap, sistem-sistem kepercayaan, simbol-simbol, nilai-nilai yang dimiliki individu-individu dan berpotensi di dalam seluruh masyarakat serta harapan-harapannya.

Bentuk dari budaya politik dalam suatu masyarakat suatu masyarakat pada hakikatnya dipengaruhi oleh agama, tradisi, kesukuan, pendidikan, status sosial dan ekonomi, konsep dan sikap terhadap kekuasaan, kepemimpinan, intensitas komunikasi, media massa, kehadiran teknologi, dan sejarah perkembangan dari sistem politik (Arifin, 2014: 60-62).

#### **a) Unsur Komunikasi Politik**

Seperti halnya dengan disiplin komunikasi lainnya, komunikasi politik sebagai *body of knowledge* juga terdiri atas berbagai unsur yakni : sumber (komunikator), pesan, media, atau saluran, penerima dan efek (Nimmo: 1978, Mansfield dan Weaver: 1982 dan Dahlan, 1990).

##### **a. Komunikator Politik**

Komunikator politik tidak hanya menyangkut partai politik, melainkan juga lembaga pemerintahan legislatif dan eksekutif. Dengan demikian, sumber atau komunikator politik adalah mereka-mereka yang dapat memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik, misalnya presiden, gubernur, anggota DPR, politisi, politikus, aktivis, MPR dan sebagainya.

##### **b. Pesan politik**

Pesan politik ialah pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik verbal maupun nonverbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. Misalnya berita surat kabar, radio, televisi dan internet yang berisi ulasan politik dan pemerintahan. Pesan politik dapat berupa :

1. Pembicaraan kekuasaan (janji-janji)
  2. Pembicaraan pengaruh
  3. Pembicaraan autoritas (perintah)
- c. Saluran atau Media Politik

Saluran atau media politik ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Misalnya *Media Cetak*, yaitu surat kabar, majalah, tabloid. *Media elektronik*, misalnya film, radio, televisi, komputer, internet. Media Format Kecil, yaitu leaflet, brosur, stiker. *Media LuarRuang*, yaitu baliho, logo, pin, buku, reklame dan sebagainya.

- d. Sasaran atau Target Politik

Sasaran adalah anggota masyarakat yang diharapkan memberi dukungan.

- e. Pengaruh atau Efek Komunikasi politik

Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, dimana nuansanya akan bermuara pada pemberian dukungan dalam pemilu (Canggara, 2009:37-39).

## **b) Fungsi Komunikasi Politik**

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi Politik menurut McNair (2003:21) memiliki lima fungsi dasar, yakni sebagai berikut :

1. Memberikan informasi kepada masyarakat apa yang terjadi disekitarnya. Di sini media komunikasi memiliki fungsi pengamatan dan juga fungsi monitoring apa yang terjadi dalam masyarakat.
2. Mendidik masyarakat terhadap arti dan signifikasi fakta yang ada. Disini para jurnalis diharapkan melihat fakta yang ada sehingga berusaha membuat liputan yang objektif yang bisa mendidik masyarakat atas realitas fakta tersebut.
3. Menyediakan dii sebagai platform untuk menampung masalah-masalah politik sehingga bisa menjadi wacana dalam membentuk opini publik, dan mengembalikan hasil opini itu kepada masyarakat. Dengan cara demikian, bisa memberi arti dan nilai pada usaha penegakan demokrasi.
4. Membuat publikasi yang ditujukan kepda pemerintah dan lembaga-lembaga politik. Di sini media bisa berfungsi sebagai anjing penjaga (watchdog) sebagaimana pernah terjadi kasus mundurnya Nixon sebagai Presiden Amerika karena terlibat kasus Watergate.
5. Dalam masyarakat demokratis, medi politik berfungsi sebagai saluran advokasi yang bisa membantu agar kebijakan dan program-program lembaga politik dapat disalurkan kepada media massa (Cangara, 2009: 39-40).

Fungsi komunikasi politik dalam sebuah negara demokrasi adalah menyalurkan aspirasi dan kepentingan politik rakyat yang menjadi in put pada sistem politik dan pada waktu yang sama ia juga menyalurkan kebijakan yang diambil penguasa berupa out put dari sistem politik itu

sendiri. Melalui itu pula mereka mengetahui apakah dukungan, aspirasi, dan pengawasan itu tersalur atau tidak terhadap berbagai kebijakan politik yang diambil para penguasa. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik merupakan semacam “ urat nadi” atau “ darah” dari suatu sistem politik dimana seluruh mekanisme kehidupan politik negara tergantung padanya.

Komunikasi politik merupakan sesuatu yang penting, mengkoordinir, serta mensinkronkan lembaga-lembaga negara secara vertikal maupun horisontal. Secara vertikal, adalah mengatur mekanisme hubungan antara pemerintah dengan segenap lembaga dan organisasinya bersifat struktural fungsional yang saling berkaitan. Misalnya untuk mengkomunikasikan kebijakannya kepada masyarakat demi mendapatkan dukungan (support) dari masyarakat dan sebaliknya pemerintah mau membuka dirinya atas tuntutan (demand), usulan, saran, dan kritikan dari masyarakat. Sedangkan secara horisontal adalah mengatur dan mengharmonisasikan kehidupan masyarakat dengan menciptakan pengertian timbal balik antara satu kelompok masyarakat dengan kelompok masyarakat lainnya (Canggara, 2009:39)

### c) **Etika Komunikasi Politik**

Etika dalam buku K. Bertens (2002) dikatakan seperti halnya dengan banyak istilah yang menyangkut konteks ilmiah, istilah “etika” pun berasal dari Yunani Kuno. Kata *Ethos* dalam entuk tunggal mempunyai banyak arti: tempat tinggal yang biasa, padang rumput,kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak,

perasaan, sikap, dan cara berpikir. Dalam bentuk jamak (*ta etaha*) adalah adat kebiasaan. Etika merupakan suatu tipe pembuatan keputusan yang bersifat moral, dan menentukan apa yang benar dan salah yang dipengaruhi oleh aturan hukum yang benar atau salah di masyarakat. Dalam kamus bahasa Indonesia yang baru. Etika dibedakan menjadi tiga arti : *pertama*, ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral. *Kedua*, kumpulan asa atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. *Ketiga*, nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Pembahasan masalah etika komunikasi manusia biasanya berkisar pada penilaian terhadap perilaku benar atau salah, dampak potensial dari perilaku tersebut, dan sikap terhadap pilihan-pilihan penting yang dilakukan secara sadar. Secara lebih khusus, standar seperti : kejujuran, penepatan janji, kebenaran, keadilan, dan kemanusiaan, dikenal sebagai tujuan etika yang penting. Dalam politik, banyak masalah etika yang berkisar masalah keyakinan rasionalitas manusia dan proses ideal demokrasi. Komunikasi seharusnya mendorong kemampuan untuk berpikir secara rasional, sebuah perspektif secara jelas menganggap tujuan dari komunikasi politik seharusnya menciptakan keharmonisan dan kerukunan.

## **2.2 Gaya Komunikasi, Gaya Bahasa, dan Bahasa Politik**

### **A. Gaya komunikasi**

Beberapa konsep yang menerangkan pengertian gaya komunikasi, dalam buku Aloe Liliweri 2011:309 yaitu:

- a. Gaya komunikasi didefinisikan sebagai *a cognitive process which accumulates 'micro behavior' form-giving of literal content, and adds up to 'macro judgment. When a person communicates, it is considered an attempt of getting literal meanings across* ( proses kognitif yang mengakumulasikan bentuk suatu konten agar dapat dinilai secara makro. Setiap gaya selalu merefleksikan bagaimana setiap orang menerima dirinya ketika dia berinteraksi dengan orang lain). ( Norton, 1983; Kirtley & Weaver,1999).
- b. Gaya komunikasi juga dipandang sebagai meta-messages yang mengkontekstualisasikan bagaimana pesan-pesan verbal diakui dan dinterprestasikan (*communication styles can also be viewed as a meta-message which contextualizes how verbal message should be acknowledged and interpreted*) ( Gudykunst & Ting-Toomey, 1998). Definisi Ini menjelaskan mengapa seseorang berkomunikasi, tidak lain berkomunikasi sebagai upaya untuk mereflesikan identitas pribadinya yang dapat mempengaruhi persepsi orang lain terhadap identitas ini.
- c. Gaya komunikasi juga dapat dipandang sebagai campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan-pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi. Ini termasuk nada, volume, atas semua pesan yang diucapkan ( Raynes, 2011).

Para ahli komunikasi telah mengelompokkan beberapa tipe atau kategori gaya komunikasi

1. (Norton 1983) mengelompokkan kedalam 10 jenis :
  - a) Gaya dominan : gaya seorang individu untuk mengontrol situasi sosial.
  - b) Gaya dramatis : gaya seseorang individu yang selalu hidup ketika dia bercakap-cakap.
  - c) Gaya kontroversial : gaya seseorang yang selalu berkomunikasi secara argumentatif atau cepat untuk menantang orang lain.
  - d) Gaya animasi : gaya seseorang yang berkomunikasi secara aktif dengan memakai bahasa nonverbal.



- e) Gaya berkesan : gaya berkomunikasi yang merangsang orang lain sehingga mudah diingat, gaya yang sangat mengesankan
  - f) Gaya santai : gaya seseorang yang berkomunikasi dengan tenang dan senang, penuh senyum dan tawa.
  - g) Gaya atentif : gaya seseorang yang berkomunikasi dengan memberikan perhatian penuh kepada orang lain, bersikap simpati dan bahkan empati, mendengarkan orang lain dengan sungguh-sungguh
  - h) Gaya terbuka : gaya seseorang yang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dan tampilan jujur dan mungkin saja blakblakan.
  - i) Gaya bersahabat : gaya berkomunikasi yang ditampilkan seseorang secara ramah, merasa dekat, selalu memberikan respons positif, dan mendukung.
  - j) Gaya yang tepat : gaya yang tepat dimana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan (Alo, 2011: 135).
2. McCallister meliputi tiga kategori yaitu :
- a) Noble style, merupakan gaya terhormat, gaya standar, gaya sesuai dengan patokan yang seharusnya dilakukan.
  - b) Reflective style, yaitu gaya yang dipahami sebagai gaya yang secara tidak langsung melakukan refleksi kepribadian.
  - c) Socratic style, yaitu gaya yang selalu menampilkan perincian konten dan analisis yang digunakan dalam perdebatan ( McCallister, 1992).

3. Comstock dan Higgins (1997), menelaah gaya komunikasi yang dikemukakan oleh klarifikasi Norton kedalam empat kategori yang meliputi :
  - a) Gaya Kooperatif , gaya yang memadukan orientasi sosial dan tugas.
  - b) Gaya prihatin, gaya yang relatif bersahabat namun selalu menampilkan perasaan cemas dan kepatuhan.
  - c) Gaya sosial, gaya yang digambarkan sebagai gaya ekspresif, dominan ( gaya menguasai orang lain), gaya dramati, dan gaya tepat.
  - d) Gaya kompetitif ( 1997), yaitu gaya tepat atau standart, ekspresif , tidak terbuka terhadap isu-isu personal dan , lebih suka tampil dominan dan berargumentasi.
4. Heffner (1997), mengklasifikasikan ulang gaya komunikasi dari McCallister kedalam tiga gaya yakni :
  - a) Gaya pasif, gaya seseorang yang cenderung menilai orang lain selalu benar dan lebih penting daripada diri sendiri.
  - b) Gaya tegas, gaya seseorang berkomunikasi secara tegas mempertahankan dan membela hak-hak sendiri demi mempertahankan hak-hak untuk orang.
  - c) Gaya agresif , gaya seseorang individu yang selalu membela hak-haknya sendiri, merasa superior, dan suka melanggar hak orang lain, dan selalu mengabaikan perasaan orang lain.
5. Dalam prakteknya komunikasi sehari-hari memang ada banyak gaya komunikasi namun esensinya ada empat yang utama :

- a) Emotive style traits, yang menggambarkan gaya komunikasi seseorang yang selalu aktif namun lembut, dia mengambil inisiatif sosial, merangkul orang dengan informal, menyatakan pendapat secara emosional.
- b) Director style traits, yang menyampaikan pendapatnya sebagai orang sibuk, kadang-kadang mengirimkan informasi tetapi tidak memandang orang lain, yang tampil dengan sikap serius dan suka mengawasi orang lain.
- c) Reflective style traits, yang suka mengontrol ekspresi emosi mereka, yang menunjukkan pilihan tertentu dan memerintah, cenderung menyatakan pendapat dengan terukur dan melihat yang harus kita ketahui.
- d) Supportive style traits, yang diam dan tenang penuh perhatian, melihat orang dengan perhatian penuh, cenderung menghindari kekuasaan, dan dia membuat keputusan dengan mempertimbangkan semua pihak ( Liliweri, 2011: 309-311).

## **B. Gaya Umum Komunikasi**

Dalam buku Aloe Liliweri 2011: 318 mengatakan dalam ilmu komunikasi menunjukkan bahwa sekurang-kurangnya ada empat kategori gaya komunikasi, yaitu :

1. Gaya suportif
2. Gaya emotif

3. Gaya reflektif
4. Gaya direktif

Implementasi terhadap gaya satu atau lebih gaya komunikasi ini dapat dijadikan sebagai aturan emas yang mengatakan bahwa : “ *Apa yang anda lakukan terhadap seseorang, maka ini pulalah yang dia lakukan bagi anda*”. *Golden rule* ini hanya berlaku hanya berlaku jika pihak-pihak yang berkomunikasi mempunyai gaya komunikasi yang sama. Dalam prakteknya gaya komunikasi dikenal tiga gaya utama komunikasi, yaitu :

1. Gaya agresif
2. Gaya pasif
3. Gaya asertif

**Tabel 2.1 Menunjukkan Tiga gaya komunikasi utama (Liliweri, 2011: 319-320 )**

Variabel Tampilan	Tiga gaya utama		
	Agresif	Pasif	Asertif
Moto dan keyakinan	1. “saya tidak pernah bersalah” 2. “ Saya selalu benar, Anda selalu salah”.	1.Jangan bilang bahwa perasaanmu benar” 2.jangan buat ribut 3.tidak sepakat 4. “ orang lain	1. percaya diri dan percaya orang lain merupakan nilai. 2. bersikap asertif tidak berarti selalu menang , tangani situasi menjadi efektif.
Gaya komunikasi	1.tertutup 2.sedikit mendengarkan 3.sukar mendengar pandangan orang lain. 4.interupsi 5.monopoli pembicaraan	1.tidak langsung 2.selalu sepakat 3.tidak pernah bicara lebih dahulu. 4.ragu-ragu	1.efektif dan aktif mendengarkan 2.Sedikit pernyataan, selalu ada pengharapan 3.menyatakan pengamatan, tidak pernah beri label atau penilaian 4.jujur, dan segera menyatakan perasaan

			dan keinginan. 5.cek perasaan orang lain.
Karakteristik	1.mencapai tujuan dengan perhitungan 2.sangat dominan dalam komunikasi, main abstrak 3.ingin jadi patron 4.kasar dan sinis	1.sadar diri dan segan 2. percaya orang lain tapi tidak percaya diri 3.tidak suka nyatakan keinginan dan perasaan diri 4. membiarkan orang lain buat keputusan bagi dirinya. 5.tidak perlu dapat sesuatu, biar orang lain yang dapat.	1. tidak suka menilai 2. mengamati perilaku daripada memberi label 3. percaya diri dan orang lain 4. konfiden 5. sadar diri 6. terbuka, luwes, dan serbaguna 7. rasa humor da suka berguyon 8. tegas 9. proaktif dan inisiatif
Perilaku	1.suka menjatuhkan orang lain 2.memasuki ruang privasi orang lain, terlalu berkuasa 3.seolah mengetahui sikap semua orang 4.tidak menunjukkan apresiasi	1. rela berkorban 2. akan bertanya jika situasi tidak menentu 3.tenang jika menghadapi masalah 4.jadi penengah jika ada konflik	1. adil jujur 2. konsisten 3. realistis dalam harapan 4. melakukan tindakan sesuai orang lain inginkan 5.tahu apa yang dibutuhkan
Tanda-tanda verbal	1.“Anda harus” 2. menyimpangkan kata-kata verbal	1.”Anda dapat lakukan itu” 2.”Anda lebih berpengalaman daripada saya 3.”Saya tidak bisa 4. “Saya akan coba...” 5. monoton	1. “Saya akan pilih...” 2. “Apa yang harus saya pilih?” 3. “Apa alternatif yang saya dapat pilih?”
Saat perasa	1.marah 2.kejam 3.frustasi 4.tidak bersahabat	1. tidak berdaya 2.jarang mengakui 3.jarang mengakui Ketidakmampuan orang lain	1.antusias 2.ingin damai 3. ingin tenang

### **C. Bahasa Sebagai Alat Komunikasi**

Bahasa merupakan pusat dari kehidupan kemanusiaan secara alamiah. Bahasa merupakan studi sistematis tentang bahasa manusia. Wajah bumi ini dihiasi oleh variasi bahasa. Para ahli bahasa tidak hanya menggambarkan keberagaman ini melalui bahasa, tetapi mereka juga berusaha menemukan hakikat yang lebih dalam dari semua bahasa tersebut, seperti menelusuri titik-titik kesamaan yang membuat bahasa dapat digunakan sebagai alat komunikasi antar manusia (Liliweri, 2011: 334).

Manusia tidak dapat berbuat sesuatu dan berkomunikasi dengan orang lain tanpa bahasa. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat harus menggunakan bahasa untuk berkomunikasi agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam kehidupan sosial dan kultural. Karena itu, bahasa selalu meliputi aspek kehidupan kehidupan manusia. Bahasa menghubungkan semua manusia dalam hubungan sosial ( identitas sosial, kultural, interaksi, pergaulan, sosialisasi, pertukaran kepentingan, stereotip dan jarak sosial), inilah kegunaan dari bahasa sebagai alat komunikasi (Liliweri, 2011: 339).

Bahasa adalah suatu sistem lambang berupa bunyi digunakan oleh suatu masyarakat tutur untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri. Sebagai sebuah sistem, maka bahasa terbentuk oleh suatu aturan, kaidah atau pola-pola tertentu, baik dalam bidang tata bunyi, tata bentuk kata, maupun kalimat. Bila aturan, kaidah, atau pola dilanggar, maka komunikasi dapat terganggu. Bisa dikatakan bahwa bahasa alat untuk berkomunikasi ( Chaer, 2011: 1).

Dalam bahasa, kita mengenal adanya gaya bahasa. Gaya atau khususnya gaya bahasa dalam retorika dengan istilah style. Kata style diturunkan dari kata latin stiliis, yaitu semacam alat untuk menulis lempengan lilin. Keahlian menggunakan alat ini akan mempengaruhi jelas tidaknya tulisan pada lempengan tadi. Secara umum gaya adalah mengungkapkan diri sendiri, entah melalui bahasa, tingkah laku, dan sebagainya.

Melalui gaya apa yang ada atau disediakan oleh sebuah bahasa sehingga bahasa itu dapat digunakan untuk berinteraksi dalam suatu tuturan atau komunikasi? Yang tersedia dalam setiap bahasa adalah kata-kata (kosakata), kalimat-kalimat, ungkapan-ungkapan, majas-majas, dan unsur-unsur suprasegmental (Chaer, 2011: 2).

a) Kata kata

Yang pertama-tama disediakan oleh bahasa agar kita dapat berinteraksi dalam suatu pertuturan adalah kata atau kata-kata. Kata-kata ini tidak lain dari lambang-lambang bunyi yang digunakan untuk melambangkan suatu maujud atau keadaan. Konsep yang dilambangkan oleh suatu bunyi itu adalah tidak lain daripada yang lazim disebut makna. Jadi, apabila lambang bunyi kita disebut kata maka konsep yang dilambangkan kita sebut makna ( Chaer, 2010: 15).

b) Kalimat

Yang kedua disediakan bahasa adalah kalimat atau kalimat-kalimat. Dikatakan bahwa kalimat adalah satuan ujaran atau tuturan yang berisi pengertian yang lengkap. Maksudnya, di dalam kalimat itu ada bagian yang

dikatakan ( subjek kalimat) ada bagian yang mengatakan tentang subjek dan ada bagian-bagian yang melengkapi kedua bagian itu ( Chaer, 2011: 17).

c) Ungkapan –ungkapan

Bahasa juga menyediakan “ ungkapan-ungkapan” untuk digunakan dalam pertuturan agar pertuturan itu terasa lebih mantap. Ungkapan lazim diartikan sebagai satuan bahasa yang terdiri dari sebuah kata atau lebih, tetapi maknanya tidak dapat diprediksi secara leksikal maupun gramatikal.

Ungkapan juga termasuk dalam bentuk yang memiliki makna kias. Misalnya *koruptor kelas kakap* dalam arti koruptor besar, *tertangkap basah* dalam arti tertangkap ketika sedang melakukan kejahatan, *tamu yang tak di undang* dalam arti maling.

Banyak ungkapan yang terasa lebih santun dari pada kata yang memiliki konsep makna yang sama dengan makna ungkapan itu. Karena makna ungkapan ini tidak dapat diprediksi secara leksikal maupun gramatikal, maka untuk mengetahui maknanya tidak ada jalan lain selain melihatnya atau mencari di dalam kamus, khususnya kamus ungkapan ( Chaer, 2011:19).

d) Majas-majas

Bahasa juga menyediakan majas atau gaya bahasa untuk dipergunakan dalam berkomunikasi. Majas atau gaya bahasa adalah optimalisasi penggunaan bahasa dengan cara tertentu untuk mengefektifkan komunikasi. Ada beberapa macam majas seperti metafora, personifikasi, perumpamaan, sarkasme, dan sebagainya (Chaer, 2011: 20).

e) Kesantunan dan kebudayaan



Kebudayaan sebagai pengatur dan pengikat masyarakat. Ini artinya, kebudayaan merupakan aturan hukum, atau norma yang mengikat manusia sebagai makhluk hidup dan makhluk sosial. Berarti pula manusia tidak dapat berlaku sewenang-wenang, tetapi harus mematuhi norma yang terdapat di dalam masyarakatnya. Dalam kaitannya dengan berbahasa dengan santun. Jadi, tidak benar kalau ada budaya yang membiarkan atau menolehkan anggota masyarakatnya tidak menurut aturan kesantunan (Chaer, 2011: 4).

f) Etika berbahasa

Kalau kesantunan berbahasa lebih berkenaan dengan substans bahasanya, maka etika berbahasa lebih berkenaan dengan perilaku atau tingkah laku di dalam berkomunikasi. Dalam hal ini Masinambouw (1984) mengatakan bahwa sistem bahasa mempunyai fungsi sebagai sarana berlangsungnya suatu interaksi manusia di dalam masyarakat. Ini berarti di dalam tindak laku berbahasa haruslah disertai norma-norma yang berlaku di dalam budaya itu. Oleh Geertz (1976) sistem tindak laku berbahasa menurut norma-norma budaya itu disebut etika berbahasa atau tata cara berbahasa.

Etika berbahasa ini erat berkaitan dengan norma-norma sosial dan sistem budaya yang berlaku dalam suatu masyarakat. Maka, etika berbahasa ini akan mengatur kita dalam hal apa yang harus dikatakan kepada seorang lawan komunikasi pada waktu dan keadaan tertentu berkenaan dengan status sosial dan budaya dalam masyarakat itu, ragam bahasa yang paling wajar digunakan dalam waktu dan budaya tertentu, kapan dan bagaimana kita menggunakan giliran berbicara dan menyela atau menginterupsi

*pembicaraan orang lain, kapan kita harus diam, mendengar tuturan orang, bagaimana kualitas suara kita keras, pelan, meninggi dan bagaimana sikap fisik kita di dalam berbicara itu. Seseorang dapat dikatakan pandai berbahasa kalau dia menguasai tata cara atau etika berbahasa itu ( Chaer, 2011: 6-8).*

g) Kemampuan berbahasa

Untuk dapat berbahasa dengan santun dan dengan perilaku yang sesuai dengan etika berbahasa, tentunya harus dipenuhi dulu persyaratan bahwa kita telah dapat menguasai bahasa dengan baik (Chaer, 2011: 8).

h) Konsep Dasar Kesantunan Berbahasa

Beberapa pakar yang ada membahas kesantunan berbahasa anatra lain , Lakoff (1972), Fraser (1978). Secara singkat dan umum para pakar itu ada tiga kaidah yang harus dipatuhi dalam berkomunikasi kita terdengar santun oleh pendengar atau lawan tutur kita. Ketiga kaidah itu adalah *formalitas, ketidaktegasan, dan kesamaan atau sekawanan.*

Formalitas berarti memaksa atau jangkan angkuh, ketidaktegasan berarti berbuatlah sedemikian rupa sehingga lawan bicara kita dapat menentukan pilihan, dan kesamaan atau kesekawanan berarti bertindak seolah-olah anda dan lawan bicara anda menjadi sama atau dengan kata lain “ buatlah lawan bicara anda merasa senang”. Dengan singkat bisa dikatakan sebuah komunikasi disebut santun kalau tidak terdengar memaksa atau angkuh, komunikasi itu memberi pilihan tindakan kepada lawan (komunikan) dan komunikasi menjadi senang ( Chaer, 2011: 10-11).

Menurut Lecch dan Short Gaya bahasa atau majas merupakan pemanfaatan cara penggunaan bahasa dari seseorang dalam konteks tertentu untuk tujuan tertentu . Kesantunan ini dapat didefinisikan sebagai upaya untuk menghindari konflik antara komunikator dengan komunikan didalam proses komunikasi (Chaer, 2010).

#### **D. Bahasa Politik**

Bahasa sendiri merupakan suatu sistem yang mengatur manusia untuk berkomunikasi dengan orang lain dan simbol yang dipakai untuk mewakili suara manusia yang ketika disatukan membentuk kata, frasa, dan kalimat. digunakan untuk berkomunikasi. Salah satu fenomena menarik dalam komunikasi politik adalah penggunaan bahasa dalam berpolitik. Bahasa tidak bersifat netral atau objektif, sehingga bahasa juga dapat mencerminkan kepentingan pihak yang menggunakannya. Sebagaimana dinyatakan Corcoran (Suparno, 2010: 2), bahasa politik penting ditelaah dalam komunikasi politik.

Bahasa tidak hanya memiliki fungsi sebagai alat komunikasi saja, tapi lebih dari itu bahasa memiliki peranan kuat untuk menggerakkan seluruh aspek kehidupan manusia. Bahasa mampu menjalankan fungsi-fungsi regulatif yang amat kompleks. Dalam dunia politik, peranan bahasa sangatlah signifikan. Proses poltik bukan praktis kerja, mengatur, dan membagi tugas, tetapi juga praktik komunikasi, bagaimana mendayagunakan komunikasi poltik yang dapat menjangkau di lapisan masyarakat. Dalam konteks sosial, politik, dan kultural, bahasa digunakan untuk mengontrol dan mengendalikan melalui pengontrolan makna (Birch, 1996: 68).

Menarik juga untuk menelaah bahasa politik dengan pendekatan interretif, khususnya pendekatan konstruktivis lebih tepatnya lagi lewat analisis bingkai (framing analysis) atau bahasa terhadap politik seperti yang tercetak atau tertulis di media massa atau yang ditayangkan di televisi kita. Bahasa politik dapat juga ditelaah dalam analisis wacana kritis yang lebih tajam atau lebih dalam lagi daripada analisis bingkai, karena analisis kedua ini berupaya membongkar agenda dan kepentingan ideologis atau politik dibalik bahasa ( Mulyana 2013: 19).

a) Bahasa dan Media politik

Dalam prakteknya, bahasa tidak mungkin dipisahkan dari media massa. Bahasa sebagai salah satu mesin politik tidak akan berarti apa-apa tanpa adanya blow up dari media. Seorang politikus tidak akan pernah dikenal secara luas keahwalannya tanpa ada media yang memberitakannya. Seperti yang terjadi pada Barack Obama, tokoh ini tidak akan mungkin menjadi fenomenal dan dikenal luas di Amerika atau bahkan dunia jika hanya menggunakan metode konvensional dalam berkampanye yaitu orasi depan publik. (Barnes, 2004) Ketika seorang politikus menguasai sejumlah media, bahasa politiknya akan mampu menjadi senjata yang luar biasa karena dapat disebarkan keseluruh lapisan masyarakat tanpa terkecuali.

b) Bahasa dan Pembicaraan Politik

Dalam dunia politik, bahasa merupakan hal yang penting untuk menyebarluaskan pesan politik kepada masyarakat. Melalui bahasa juga bisa

mengubah cara pikir seseorang misalnya propaganda, lewat media massa dan lewat bahasa perlawanan yang biasa dilakukan oleh aktivis.

Bahasa diplomasi yang digunakan didepan umum misalnya berunding, dengan tujuan mempengaruhi. Serta bahasa perlawanan yang biasanya dilakukan oleh aktivis dengan bahasa yang lebih berani dan terus terang.

c) Tipe-tipe bahasa politik

- a. Jargon-jargon merupakan terbentuk dari kosakata khusus yang digunakan dibidang kehidupan (lingkungan) tertentu. Nuryadi (melalui Robins 1992: 62) mendefinisikan jargon adalah laras bahasa yang sengaja dipakai oleh kalangan tertentu tetapi tidak dipahami oleh kalangan di luar kalangan tersebut. Jargon biasanya berkenaan dengan kosa kata khusus yang digunakan dalam bidang kehidupan tertentu. Kadang istilah jargon membuat kita bingung, karena sebenarnya jargon merupakan jenis kata atau kalimat berbicara yang digunakan dalam kelompok orang-orang tertentu dalam bidang yang sama, yang mungkin tidak diketahui oleh orang lain.
- b. Eufimisme (dengan halus) : ungkapan yang lebih halus sebagai pengganti perkataan yang dirasakan kasar dengan penghalusan bahasa serta kata-kata yang lembut agar menjadi pengganti kata-kata yang sopan.
- c. Metafora merupakan ungkapan kebahasaan mengenai perbandingan langsung antara dua hal atau benda yang memiliki kesamaan sifat, seperti : pencuri kelas kakap.

- d. Puffery ( bombastis) : pernyataan yang berlebih-lebihan yang mengandung hiperbolis.
- e. Labeling (penjulukan) adalah julukan atau cap yang diberikan kepada perbuatan penyimpangan tingkah laku awal. Kelanjutan dari penyimpangan ini berkaitan dengan reorganisasi psikologis dari pengalaman seseorang karena cap yang dia terima dari perbuatan yang telah dilakukan.
- f. Sarkasme : gaya bahasa yang mengandung sindiran pedas dan menyakitkan hati, paling kasar , bahkan kadang-kadang merupakan kutukan dan dapat menyakiti orang ( Mulyana, 2013: 19-21).

### **1.3 Internet dan Komunikasi Politik**

#### **A. Kemunculan Media Baru**

Internet merupakan media dengan potensi yang luas untuk mengubah perilaku signifikan dalam komunikasi. Web atau lebihnya formal disebut internet, merupakan media baru yang kini mampu menghubungkan dunia melalui ruang bersama virtual yang memawa arti baru untuk konseptualisasi McLuhan tentang desa global.

DiIndonesia, media baru atau yang lebih dikenal dengan sebutan internet berkembang pesat dari tahun ketahun. Dalam beberapa tahun terakhir pengakses internet terus melonjak seiring dengan ketersediaan infrastruktur yang makin meluas, terjangkau, dan murah. Pertumbuhan pengguna internet dalam media online pun ikut berkembang sangat cepat. Jumlah pengguna internet di Indonesia 2015 telah mencapai 139,7 juta, ini meningkat dari tahun lalu sebesar 88,1 juta

(<http://id.techinasia.com>). Itu artinya, lebih dari setengah penduduk Indonesia sudah kenal internet (*252.370.792 jiwa penduduk Indonesia*).

Craig (2005: 12) dalam bukunya menyebutkan bahwa di era informasi seperti sekarang ini, informasi sudah menjadi suatu kebutuhan yang sangat berharga. Tak bisa dipungkiri lagi bahwa masyarakat informasi adalah masyarakat yang haus akan informasi. Dengan tingginya tingkat mobilitas seseorang, maka mengakibatkan waktu yang dimiliki untuk membaca menjadi semakin sedikit. Pencarian dan penyajian informasi secara cepat benar-benar menjadi suatu kebutuhan olehnya ( kutipan).

#### **B. Media Online dan Komunikasi Politik**

Seperti diketahui bahwa saat ini terdapat berbagai macam media massa baik media cetak, media elektronik, dan media baru (online) yang menyediakan berbagai informasi mengenai segala hal yang sedang terjadi maupun dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam masyarakat modern, media massa mempunyai peran yang signifikan sebagai bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Media massa merupakan sesuatu yang patut diperhitungkan mengingat perannya sangat penting bagi suatu arah dan kebijakan pembangunan bangsa serta ekstensi suatu kepemimpinan. Selain itu, peran media massa juga memiliki dua sisi strategis bagi siapa yang mengarahkan dan menggunakannya. Lewat media massa suatu kepemimpinan yang dinilai kurang maksimal kinerja dan keperpihakannya terhadap masyarakat, bisa dipoles menjadi positif atau arah yang lebih baik.

Dari banyaknya pilihan media massa, *media online* menjadi pilihan dalam kebutuhan informasi kita. *Media online* merupakan bagian yang baru dalam dunia jurnalistik setelah era media cetak yaitu koran, majalah dan media elektronik seperti, radio, televisi dan film atau video (Romli, 2012: 30).

Keunggulan media online dalam menyajikan berita dibandingkan media lainnya adalah informasi yang disajikan bersifat *uptodate* dan *realtime*. Dapat dikatakan *uptodate* karena media *online* dapat melakukan pembaharuan berita yang sangat cepat dalam hitungan menit bahkan detik. Sedangkan dikatakan *realtime* karena *mediaonline* dapat langsung menyajikan berita yang bersangkutan pada saat peristiwa berlangsung. Wartawan *online* dapat mengirimkan informasi langsung kemeja redaksi dari lokasi peristiwa setiap saat dan setiap waktu untuk terus memperbaharui informasi berita (Yunus, 2011: .32).

### **C. Kompas.com**

Kompas.com dimulai pada tahun 1995 dengan nama kompas online. Kompas online pada awalnya hanya berperan sebagai edisi internet dari harian kompas. Kemudian tahun 1998 kompas online bertransformasi menjadi kompas.com dengan berfokus pada pengembangan isi, desain, dan strategi pemasaran yang baru. Kompas.com mulai langkahnya sebagai portal terpercaya di Indonesia.

Kompas.com bukan saja merupakan situs berita pertama di indonesia yang dikelola secara 2 profesional tetapi juga telah berkembang menjadi sebuah media internet yang menguasai dan mengembangkan bidang teknologi, media, dan e-commerce di indonesia. Selain itu kompas.com juga merupakan media yang netral



dalam menyampaikan setiap berita karena PT. Kompas media dikelola oleh kelompok Kompas Gramedia yang tidak memiliki kepentingan politik apapun (<http://print.kompas.com/about/sejarahkompas.html>).

#### **D. Berita**

Aktivitas atau proses utama dari jurnalistik adalah menghasilkan berita. Berita merupakan bagian dari komunikasi yang membuat kita terus memperoleh informasi tentang pergantian peristiwa, isu dan tokoh di dunia luar (Kovach, Bill, dan Tom Resentiel, 2006: 16). Berita adalah laporan peristiwa yang baru terjadi atau peristiwa aktual yang dilaporkan di media massa: fakta yang menarik perhatian atau gagasan yang perlu disampaikan kepada khalayak melalui media massa. Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan.

#### **1.4 Teori Analisis Isi**

Pada hal ini konsep analisis isi yang diangkat oleh Barelson (1952:28) menjelaskan analisis isi banyak dipakai untuk menggambarkan karakteristik dari pesan. Dalam bahasa Barelson analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis, dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (manifest) (Eriyanto, 2011: 15).

#### **2. Analisis Isi (content analysis)**

Dalam Buku Eriyanto 2011, para ahli menyebutkan definisi dari analisis isi: Hostli (1969: 14) analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat

inferensi yang dilakukan secara objektif dan identifikasi sistematis dari karakteristik pesan.

Krippendorff (1980: 21; 2006:8) analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan sah datanya dengan memperhatikan konteks-nya.

Ciri-ciri analisis isi :

- Objektif : penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi secara apa adanya, tanpa adanya campur tangan peneliti. Penelitian menghilangkan bias, berpihakkan , atau kecenderungan tertentu dari peneliti. Analisis isi memang menggunakan manusia, tetapi ini harus dibatasi sedemikian rupa sehingga subjektivitas ini tidak muncul. Hasil dari analisis isi adalah benar-benar mencerminkan isi dari suatu teks, dan bukan akibat dari subjektivitas.
- Sistematis : sistematis ini bermakna, secara semua tahapan dan proses telah dirumuskan secara jelas, dan sistematis. Kategori diturunkan dari variabel, variabel diturunkan berdasarkan teori, pengujian dibuat berdasarkan hipotesis. Masing-masing bagian dari penelitian saling berkaitan.
- Replikabel : penelitian dengan temuan tertentu dapat diulang dengan menghasilkan temuan yang sama pula. Hasil-hasil dari analisis isi sepanjang menggunakan bahan dan teknik yang sama, harusnya juga

menghasilkan temuan yang sama. Temuan yang sama ini berlaku untuk peneliti yang berbeda, waktu yang berbeda, dan konteks yang berbeda.

- Isi yang tampak : analisis isi tidak dapat dipakai untuk melihat isi yang tidak tampak.
- Perangkuman : analisis isi umumnya dibuat untuk membuat gambaran umum karakteristik dari suatu isi/pesan. Analisis isi sebaliknya tidak berpretensi untuk menyajikan secara detail satu atau beberapa kasus isi. Analisis isi dapat dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat nomotetik yang ditujukan untuk generalisasi dari pesan, dan bukan penelitian jenis idiographic yang umumnya bertujuan membuat gambaran detail dari suatu fenomena.
- Generalisasi : dilakukan generalisasi jika analisis isi menggunakan sampel. Hasil dari analisis dimaksudkan untuk memberikan gambaran populasi. Analisis isi tidak dimaksudkan untuk menganalisis secara detail satu demi satu kasus.

Penggunaan Analisis isi ( Suyatno & Sutinah , 2005: 127-128)

1. Menggambarkan isi komunikasi : mengungkapkan kecenderungan yang ada pada isi komunikasi, baik melalui media cetak maupun elektronik. Misalnya penelitian yang ingin mengetahui apakah statement elit tertentu di media massa menggunakan gaya komunikasi politik yang agresif, menyerang pihak lain, pasif , atau asertif? .

2. Menguji hipotesis tentang karakteristik pesan : menghubungkan karakteristik tertentu dengan karakteristik pesan yang dihasilkan.
3. Membandingkan isi media dengan dunia nyata : menguji apa yang ada di media dengan situasi aktual yang ada di kehidupan nyata.
4. Memperkirakan gambaran kelompok tertentu di masyarakat : menfokuskan dan mengungkapkan gambaran media mengenai kelompok minoritas tertentu , dimana meneliti masalah sosial tentang diskriminasi dan prasangka terhadap kelompok minoritas.
5. Mendukung studi efek media massa : sarana untuk memulai penelitian efek media massa..

