

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian dan Unsur-Unsur Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari kata Latin comunis, yang berarti membangun simbiosis di antara banyak orang. Komunikasi juga berasal dari akar kata communico yang berarti berbagi.¹ Informasi yang disampaikan melalui komunikasi secara sadar dari komunikator (orang yang memberi pesan/informasi) kepada komunikan (orang yang menerima pesan/informasi) untuk meyakinkan, memengaruhi, dan mengukuhkan sikap serta perilaku sesuai dengan kehendak komunikatornya.² Pada dasarnya, praktik komunikasi telah dilakukan oleh manusia ketika manusia tersebut pertama kali terlahirkan di bumi. Bukti komunikasi tersebut telah dipraktikan oleh

¹ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017), h. 35.

² Bambang S. Ma'ruf, *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 35.

manusia adalah dengan adanya gerak tubuh dan tangisan ketika manusia pertama kali dilahirkan. Ketika beranjak dewasa praktik komunikasinya pun akan lebih jelas dan lebih luas.

Komunikasi selalu terlibat dalam kehidupan seseorang baik individu maupun kelompok, keterlibatan tersebut terjadi sejak dari seseorang bangun dari tidurnya hingga seseorang tersebut menjelang tidur kembali. Dalam ilmu Sosiologi seseorang atau masyarakat disebut dengan makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dalam kehidupan sehari-harinya.

Interaksi sosial tidak selalu berlanjut menjadi proses komunikasi, namun proses komunikasi terjadi setelah adanya interaksi. Oleh karenanya, komunikasi harus melibatkan minimalnya dua orang yaitu antara orang yang memberi pesan (komunikator) dan orang yang menerima pesan (komunikan).

Proses komunikasi yang terjadi dalam interaksi dengan orang lain ada dalam segala aspek kehidupan.

Bidang komunikasi juga merambah level politik. Dalam kehidupan sehari-hari, proses komunikasi dimulai dari sumber individu dan kelompok, berusaha berkomunikasi dengan individu atau kelompok lain. Komunikasi adalah suatu cara bagi manusia untuk berkomunikasi satu sama lain, tujuannya adalah untuk mentransfer pesan dari pengirim (komunikator) kepada penerima (komunikan).³

Umumnya, komunikasi dapat diartikan sebagai kegiatan manusia baik individu maupun kelompok untuk saling bertukar pesan dari seseorang yang menyampaikan pesan (komunikator) kepada seseorang yang menerima pesan (komunikan) dengan tujuan tertentu dan kemudian tujuan atau maksud pesan tersebut bisa saling dipahami antara komunikator dan komunikan. Proses pertukaran pesan tersebut biasanya melalui sistem simbol yang berlaku umum, bahasa verbal dalam bentuk-bentuk kalimat, angka-angka atau tanda-tanda lainnya.

³ Rosiana Eka Putri, "KOMUNIKASI POLITIK (Model Komunikasi Politik Antar Fraksi Dalam Pembentukan Norma UU Pilkada Secara Demokratis)", *Jurisprudence*, Vol. 5 No. 1 (Maret 2015) Magister Hukum Univeristas Muhammadiyah Sukrakarta, h. 52.

Komunikasi menuntut adanya kerja sama yang baik antara komunikator dengan komunikan, proses suatu komunikasi akan berlangsung baik dan lancar apabila pihak yang bersangkutan mempunyai keterlibatan dan saling mengerti akan topik yang telah mereka saling sampaikan.

Hal ini menjadi penunjang akan keberlangsungannya komunikasi, karena apabila dalam komunikasi satu dengan yang lainnya (individu maupun kelompok) tidak mempunyai keterlibatan dan tidak saling mengerti maka pesan dan tujuan komunikasi tidak akan tersampaikan. Karena pada dasarnya komunikasi tersebut dianggap berhasil apabila komunikan mengerti dan paham akan apa yang disampaikan oleh komunikator.

b. Unsur-Unsur Komunikasi

Laswell menyebutkan ada lima unsur komunikasi, sebagaimana model komunikasi laswell yaitu:⁴

1. *Who* (Siapa)

Sumber atau penyebar adalah aktor atau partisipan utama yang perlu berkomunikasi atau memulai komunikasi. Komunikator biasanya memulai komunikasi dengan maksud dan tujuan tertentu. Komunikator juga harus berkomunikasi dengan komunikan secara terarah dan sadar, hal ini untuk memastikan bahwa jawaban dan pertanyaan yang diungkapkan oleh komunikan atau mereka yang terlibat dalam komunikasi dapat dijawab sesuai dengan kebutuhan komunikan.

2. *Says What* (Pesan)

Pesan atau informasi merupakan konten dalam proses komunikasi, yaitu apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan) dari sumber (komunikator) atau isi

⁴ Umaimah Wahid, *Komunikasi Politik , Teori, Konsep dan Aplikasi Pada Era Media Baru*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), h. 4-5.

informasi, bisa berupa seperangkat simbol atau pesan verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, atau gagasan. Pesan secara verbal dapat secara tertulis maupun lisan. Pesan nonverbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara

3. *In Which Channel* (Saluran/Media)

Media penyampaian pesan digunakan oleh komunikator agar memudahkan menjangkau khalayak dalam jumlah yang banyak dan luas. Saluran atau media juga dapat dikatakan sebagai jalan/alur yang dilalui pesan atau informasi dan komunikator kepada komunikan. Saluran atau media ini bisa berupa gelombang cahaya atau gelombang suara yang dapat kita rasakan dengan penglihatan dan pendengaran seperti televisi, radio, media cetak, media elektronik dan lain sebagainya.

4. *To Whom* (Untuk Siapa /Penerima)

Penerima pesan adalah pihak yang menganalisis, menginterpretasikan atau mengaplikasikan suatu pesan yang di terimanya dari seorang komunikator. Penerima psan ini bisa terdiri dari satu orang atau lebih , baik dalam individu atau kelompok. Penerima pesan sangat penting dalam proses komunikasi. Penerima pesan juga bisa disebut sebagai komunikan, khalayak, sasaran, target, *audience* atau *receiver*.

5. *With What Effect* (Dampak atau Efek)

Efek merupakan hasil dari proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator kepada khalayak, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan. Efek atau dampak ini menjadi salah satu tolak ukur presentase keberlangsungan dan keberhasilan dalam berkomunikasi.

B. Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari kata Yunani Strategos, yang merupakan gabungan dari Stratos atau tentara dan diri sendiri atau pemimpin. Strategi memiliki dasar atau rencana untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Jadi pada dasarnya, strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Strategi adalah seni menggunakan keterampilan dan sumber daya untuk mencapai tujuan melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.⁵

Strategi komunikasi adalah sebuah cara atau rencana untuk mengatur pelaksanaan berkomunikasi agar pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator bisa tersampaikan dan diterima dengan baik oleh komunikan sekaligus juga bisa memengaruhinya. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi

⁵ Sesra Budio, "Strategi Manajemen Sekolah", *Jurnal Menata*, Vol. 2 No. 2, (Juli-Desember 2019). Sekolah Tinggi Agama Islam YAPTIP Pasaman Barat, h. 58

sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik oprasionalnya.⁶

Oleh karena itu, sebelum komunikator menyampaikan pesan-pesannya kepada komunikan, komunikator harus menyiapkan, mrencanakan, dan mengatur terlebih dahulu hal-hal yang akan disampaikan secara matang. Strategi komunikasi ini adalah salah satu tolak ukur berhasil atau tidaknya, diterima atau tidak diterimanya pesan-pesan dan tujuan yang diharapkan oleh komunikator. Komunikasi yang baik dan strategi komunikasi yang matang akan membuahkan hasil yang memuaskan sesuai dengan rencana yang telah dirancang sebelumnya. Jika komunikator telah mematangkan strategi komunikasinya maka besar kemungkinan tujuan yang diharapkan akan terlaksana.

R. Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet dalam bukunya, *Techniques for Effective*

⁶ Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi, Filosofi, Konsep dan Aplikasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 155.

Communication, menyatakan bahwa tujuan sentra dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu:⁷

1. *To secure understanding* (untuk memahamkan)

To secure understanding artinya seorang komunikator memastikan akan kepastian suatu pesan-pesan atau informasi yang disampaikan kepada komunikan.

2. *To establish acceptance* (untuk membangun/membina penerima)

Pada tujuan yang kedua ini ialah ketika komunikan telah paham dengan pesan yang telah disampaikan oleh komunikator maka tujuan berikutnya ialah membina komunikan supaya pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik

3. *To motivate action* (untuk memotivasi tindakan)

⁷ Anwar Arifin, *strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*, (Bandung: Armico, 1984), h. 59.

Pada tujuan ini, komunikator memberi motivasi kepada komunikan agar komunikan melakukan pesan-pesan yang telah di pahami dan telah di terimanya.

C. Pengertian Komunikasi Politik

Politik adalah menghimpun kekuatan, meningkatkan kualitas dan kuantitas kekuatan, mengawasi dan mengendalikan kekuatan, dan menggunakan kekuatan, untuk mencapai tujuan kekuasaan dalam Negara dan institusi lainnya.⁸ Politik merupakan salah satu sarana berosialisasi atau sarana berkomunikasi antara pemerintahan dengan masyarakat.

Peran masyarakat dalam berpolitik tentunya suatu hal yang amat penting, suatu negara dikatakan berhasil dalam melakukan demokrasi apabila banyaknya partisipasi masyarakat dalam memberikan hak suaranya maupun keterlibatannya dalam berpolitik.

⁸ Abdullah Zawawi, "Politik Dalam Pandangan Islam", Jurnal Ummul Qura Vol. V No. 1 (Maret 2015) Ekonomi Syari'ah STAI Raden Qosim Lamongan, h. 88.

Komunikasi politik adalah komunikasi yang bercirikan politik yang berlangsung dalam sistem politik. Komunikasi politik dapat berupa pengusaha politik menyampaikan informasi yang berpengaruh secara politik kepada rakyat atau menyampaikan dukungan atau persyaratan rakyat bagi pengusaha politik. Istilah komunikasi politik berasal dari dua kata yaitu “komunikasi” dan “politik”. Hubungan antara kedua kata ini dianggap mesra dan istimewa, karena dalam ranah politik, proses komunikasi menempati fungsi dasar. Namun, pendekatan ini membantu memberikan pandangan yang lebih dalam dan lebih luas tentang perilaku politik.⁹

Mendefinisikan komunikasi politik tidak cukup hanya dengan menggabungkan dua definisi antara komunikasi dan politik. Komunikasi politik mempunyai konsep tersendiri meskipun keduanya secara umum merupakan gabungan dari dua definisi tersebut. komunikasi politik dalam wacana ilmu pengetahuan manusia adalah dua wilayah pencarian yang masing-

⁹ Akhirul Aminullah dan Dody Setyawan, “Pengaruh Komunikasi Politik Aparatur Pemerintah Terhadap Pelayanan Publik”, *Jurnal Reformasi* Vol. 3 No. 2 (Juli-Desember 2013) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tribhuana Tungadewi, h. 61.

masing berdiri sendiri hanya saja keduanya memiliki kesamaan pada objek materialnya yaitu manusia. Objek material antara komunikasi dan politik ini menjadikan keduanya tidak dapat menghindari adanya pertemuan dalam bidang kajiannya. Karena hal tersebut masing-masing mempunyai sifat interdisipliner yang memungkinkan setiap disiplin ilmu membuka isolasinya dan mengembangkan kajian kontekstualnya. Komunikasi mengembangkan bidang kajiannya yang bersandingan dengan ilmu-ilmu lainnya dalam disiplin ilmunya, seperti sosiologi dan psikologi. Hal tersebut berlaku pula pada bidang kajian ilmu politik.

Pada saat yang sama, secara sederhana, komunikasi politik hanyalah kombinasi dari komunikasi dan politik. Jika digabungkan (komunikasi politik), artinya lebih luas dan tidak sederhana. Dalam hal interaksi, komunikasi politik termasuk dalam bidang komunikasi. Namun pada saat yang sama, komunikasi politik telah melahirkan dua disiplin ilmu sosial, yaitu ilmu komunikasi dan ilmu politik. Semua sistem politik, sosialisasi dan rekrutmen politik, kelompok kepentingan,

penguasa, aturan dan peraturan, dan lain-lain., dianggap mencakup komunikasi.¹⁰

Orang yang menyampaikan komunikasi politik disebut dengan komunikator politik atau bisa juga disebut dengan politikus. Politikus mempunyai kemampuan yang memadai dalam menjalankan komunikasi politiknya. Politikus akan selalu berusaha untuk menjaga kredibilitas dan branding individual, atau institusi dimana politikus tersebut bernaung. Politikus bisa berada di dalam atau di luar jabatan pemerintah, akan tetapi harus tetap menjaga integritas nasional.

Seiring dengan berjalannya kebiasaan kontestasi politik, maka muncul pula komunikator politik atau politikus yang handal dan profesional yang selalu bisa memanfaatkan peluang sekecil apapun, juga memanfaatkan saluran-saluran media sosial, medis mainstream maupun media alternatif untuk memengaruhi khalayak umum. Media sosial memberikan peluang bagi

¹⁰ Roni Tabroni, *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), h. 14.

peserta politik untuk menarik pemilih, berinteraksi langsung dengan publik, dan terlibat dalam percakapan intim dengan publik. Namun di sisi lain, media sosial juga bisa membuat aktor politik menjadi bahan tertawaan bahkan dihina oleh publik.¹¹

Politikus sangat berpengaruh penting terhadap pembentukan citra politik melalui komunikasi politik sebagai usaha untuk menciptakan stabilitas sosial dengan memenuhi tuntutan rakyat. Politikus selalu berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan tindakan-tindakan politik yang membangkitkan citranya, sehingga dukungan dan sanjungan dapat diperoleh dari rakyat sebagai target komunikasi politik yang akan menentukan pilihannya dalam setiap kontestasi pemilihan umum, mulai dari tingkat pusat, kabupaten dan kota bahkan di tingkat desa. Para komunikator politik atau politikus ini bisa saja berasal dari kalangan aktivis kelompok

¹¹ Faridhian Ansori, "Komunikasi Politik di Era Media Sosial", Jurnal Komunikasi Vol. 8 No. 1 (Oktober 2013) Staff Pengajar STT PLN Jakarta, h. 92-93.

kepentingan (*interest group*) tertentu dan pemuka pendapat (*opinion leader*) yang memiliki posisi khusus di tataran kemasyarakatan.

Komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh, sehingga masalah yang dibahas oleh kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya dengan sanksi yang ditentukan melalui lembaga politik.¹² Dari pengertian tersebut bisa dilihat bahwa komunikasi politik menjadi suatu jembatan untuk mendapatkan tujuan yang diharapkan melalui pesan-pesan atau informasi yang disampaikan baik melalui lisan atau melalui media kepada khalayak. Komunikasi politik juga merupakan peranan penting bagi politikus dimana dengan komunikasi politik para politikus bisa menjalankan rencana dan tujuan yang telah di rancang secara dinamis dan komunikasi politik pun menjadi bagian yang menentukan dari proses-proses sosialisasi politik. Istilah kunci dalam komunikasi politik:

¹² Astrid S. Susanto, *filsafat Komunikasi: Politik Sebagai Suatu Pengantar*, (Bandung: Bina Cipta, 1995), h. 41

simbol-simbol politik dan bahasa, elite pers, publik, proses politik, efek potensial dan actual, regulasi konflik dan fungsi sistem politik.¹³

Secara umum, komunikasi politik selalu dikaitkan dengan problematika dan pembicaraan politik atau juga suatu penyampaian pesan-pesan politik baik verbal maupun nonverbal yang dapat memengaruhi khalayak umum maupun pemerintah dalam suatu sistem politik. Atau secara sederhananya, komunikasi politik adalah penyampaian pesan yang bermuatan politik dari suatu sumber kepada penerima untuk menciptakan pemahaman makna bersama.

Ada sembilan bentuk komunikasi politik yang telah dikenal dan dilakukan oleh para politikus, yaitu:¹⁴

1. Retorika Politik

Retorika berasal dari bahasa Yunani *rhetorica* yang berarti seni berbicara. Asalnya digunakan dalam

¹³ Engkus Kuswarno, *Komunikasi Kontekstual*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h. 414.

¹⁴ Umaimah Wahid, *Komunikasi Politik ...*, h. 24.

perdebatan-perdebatan di ruang sidang pengadilan untuk saling memengaruhi sehingga bersifat kegiatan antarpersona. Kemudian berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa, yaitu berpidato kepada orang banyak (khalayak).¹⁵ Retorika bukan hanya sebatas berpidato kepada orang banyak namun retorika juga harus mengubah kata-kata menjadi indah, sistematis, menggugah berbalut propaganda, harus bermakna, memiliki integritas, tidak manipulatif, dan membawa manfaat bagi pendengar atau komunikan.¹⁶

2. Agitasi Politik

Agitasi politik berasal dari bahasa latin *agitare* yang berarti menggerakkan, dan dalam bahasa Inggris *agitation*. Menurut Harbert Blumer (Harbert Blumer), agitasi adalah membangkitkan kesadaran masyarakat terhadap gerakan politik, baik secara lisan maupun tulisan, untuk merangsang dan menggugah emosi

¹⁵ Mahi M. Hikmat, *Komunikasi Politik, Teori dan Praktik Dalam Pilkada Langsung*, (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2011), h. 37.

¹⁶ Dedi Kurnia Syah P, *Komunikasi Lintas Budaya; Memahami Teks Komunikasi, Media, Agama, dan Kebudayaan Indonesia*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), h. 111.

penonton. Dimulai dengan bagaimana menciptakan kontradiksi sosial, kemudian mengajak penonton untuk menentang realitas kehidupan selama ini (penuh ketidakpastian dan kesakitan), dengan tujuan menciptakan rasa sakit di kalangan massa. Seorang agitator disebut agitator, yang Nepheus Smith sebut sebagai seseorang yang mencoba menimbulkan ketidakpuasan, kecemasan, atau pemberontakan pada orang lain. Selalu ada agitator yang gelisah dan agresif, ada juga yang kalem yang cenderung pendiam namun mampu membuat penonton terkesan dengan pidato dan tulisannya.¹⁷

3. Propaganda Politik

Propaganda berasal dari bahasa latin, *propagare* (menanamkan tunas suatu tanaman) yang pada awalnya sebagai bentuk kegiatan penyebaran agama Khatolik. Pada tahun 1822, Paus Gregorius membentuk suatu komisi cardinal yang bernama *Congregatio de*

¹⁷ Mahi M. Hikmat, *Komunikasi Politik*, ..., h. 37.

Propaganda Fide untuk untuk menumbuhkan keimanan kristiani diantara bangsa-bangsa. Propagandis adalah orang yang melakukan propaganda, yang mampu menjangkau khalayak kolektif lebih besar. Biasanya, dilakukan oleh politikus atau kader partai politik yang memiliki kemampuan dalam memberika sugesti kepada khlayak dan menciptakan Susana yang mudah terkena sugesti (sugestivitas). Menurut W. Dobb di negara demokrasi propaganda dipahami sebagai suatu usaha individu atau kelompok yang berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok individu lainnya dengan menggunakan sugesti.¹⁸

4. *Public Relations* (PR) Politik

PR politik tumbuh pesat di Amerika Serikat setelah Perang Dunia ke II, sebagai suatu upaya alternatif dalam mengimban gi propaganda yang dianggap membahayakan kehidupa sosial dan politik.

¹⁸ Mahi M. Hikmat, *Komunikasi Politik...*, h. 38.

Presiden Theodore Roosevelt mendeklarasikan pemerintah sebagai *square deals* (jujur dan terbuka) dalam melakukan hubungan timbal balik (dua arah) secara rasional. PR politik adalah sebuah bentuk kegiatan dalam melakukan hubungan dengan masyarakat secara jujur (tidak berbohong), terbuka, rasional (tidak emosional), dan timbal balik (dua arah), sehingga terjalin hubungan yang harmonis antara pemerintah dan masyarakat, yang dimulai dengan menciptakan rasa memiliki (*sens of belonging*) bagi masyarakat.¹⁹ Tujuan PR politik menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka dan akomodatif antara politikus, profesional atau aktivis (komunikator) dan khlayak (kader, simpatisan, masyarakat umum).²⁰

5. Lobi Politik

Istilah lobi sendiri sesungguhnya tempat para tamu menunggu untuk berbincang-bincang di hotel karena

¹⁹ Engkus Kuswarno, *Komunikasi Kontekstual, ...*, h. 432.

²⁰ Mahi M. Hikmat, *Komunikasi Politik ...*, h. 38.

yang hadir para politikus yang berbincang politik (*political lobbying*) terjadi dialog (komunikasi antarpesona) secara informal namun penting. Dalam hasil lobi itu biasanya ada kesepakatan dan kesepakatan bersama yang akan diperkuat melalui pembicaraan formal dalam rapat atau sidang politik yang akan menghasilkan keputusan dan sikap politik tertentu. Dalam lobi politik, pengaruh dari pribadi seorang politikus sangat berpengaruh, seperti kompetensinya, penguasaan masalah dan karisma. Lobi politik adalah gelanggang terpenting bagi pembicaraan para politikus atau kader politik tentang kekuasaan, pengaruh otoritas, konflik dan consensus.²¹

6. Kampanye Politik

Kampanye politik adalah proses transformasi informasi dalam Bergama bentuk pesan politik kepada khalayak dengan saluran dan media komunikasi tertentu untuk memengaruhi dan menciptakan opini

²¹ Mahi M. Hikmat, *Komunikasi Politik ...*, h. 39.

publik. Kampanye politik adalah upaya yang terorganisasi bertujuan untuk memengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih.²²

7. Pemasaran Politik

Kotler dan Neil menjelaskan bahwa pemasaran politik adalah suatu kegiatan pemasaran untuk menyukseskan kandidat atau partai politik dengan segala aktivitas politiknya melalui kampanye program pembangunan perekonomian atau kepedulian sosial, tema, isu-isu, gagasan, ideologi, dan pesan pesan dengan tujuan program politik yang ditawarkan, serta memiliki daya tarik tinggi sekaligus mampu memengaruhi setiap warga Negara dan lembaga/organisasi secara efektif.²³

8. *Branding* dan Promosi Politik

Branding dan promosi politik merupakan cara promosi yang dilakukan oleh institusi politik berupa

²² Zaenal Mokarom, *Komunikasi Politik*, (bandung: CV Pustaka Setia, 2016) h. 167-168.

²³ Zaenal Mokarom, *Komunikasi Politik*, ... h. 180.

iklan dalam membangun slogan/jargon politik dan citra yang akan ditampilkan. Promosi juga dapat dilakukan oleh institusi politik melalui debat di televise. Akan tetapi ini harus dilakukan terus menerus dan permanen sehingga tidak hanya terbatas periode kampanye.²⁴

9. Penelitian Politik

Penelitian politik adalah sebuah upaya serius untuk mrngumpulkan fakta yang shahih untuk menjawab permasalahan politik yang menjadi perhatian.

D. Perilaku dan Model-Model Pemilih

Dalam kontestasi pemilihan umum, tentunya pemilih atau khalayak mempunyai standaritasnya tersendiri untuk menetapkan pilihannya kepada salah satu kandidat. Perilaku pemilih tidak akan bisa terlepas dari kontestasi pemilihan umum, perilaku pemilih juga terjadi karena beberapa faktor. Perilaku pemilih selalu

²⁴ Zaenal Mekarom, *Komunikasi Politik*, ... h. 182-183.

bergandengan dengan aspek-aspek lainnya. Seperti aspek sosial, keagamaan, bahkan sampai kepada aspek kepribadannya. Perilaku pemilih merupakan ikut sertanya masyarakat dalam kontestasi pemilihan umum serta keputusan pilihan politik yang diambil oleh masyarakat tersebut. Terdapat tiga model penjelasan mengenai perilaku pemilih, yaitu:²⁵

1. Model penjelasan sosiologis

Model penjelasan ini muncul lebih dulu ketimbang dua model lainnya (model penjelasan psikologis dan *Irrational choice*). Dalam model penjelasan ini, perilaku pemilih lebih cenderung memilih satu kandidat tertentu dari sudut pandang sosialnya, seperti dari sudut pandang ekonomi, jenis kelamin, tempat tinggal, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, kelas, atau dari sudut agamanya.

²⁵ Idris Hemay, “Politik Identitas dan Pencitraan Kandidat Gubernur Terhadap Perilaku Pemilih”, *Jurnal Politik* Vol . 12 No. 1 (2016) Pascasarjana Ilmu Politik Universitas Nasional, h. 1739.

2. Model penjelasan psikologis

Model penjelasan ini perilaku pemilih menetapkan pilihannya kepada salah satu kandidat karena keterkaitan antara si kandidat dengan pemilih atau keterkaitan si pemilih dengan partai politiknya. Keterkaitan ini sangat berpengaruh terhadap perilaku-perilaku pemilih, semakin dekat hubungan emosional antara kandidat dengan pemilih atau antara pemilih dengan partai politiknya maka semakin besar pula kemungkinan pemilih memantapkan pilihannya kepada kandidat tersebut.

3. Model penjelasan pilihan rasional

Pada model penjelasan ini, pemilih menentukan pilihannya dari segi untung dan ruginya pemilih terhadap keputusan yang dia ambil, berpengaruh atau tidaknya suara yang dia ambil dengan tujuan hasil yang ia harapkan. Model ini bermanfaat untuk

menjawab mengapa banyak pemilih menetapkan hak pilihnya terhadap salah satu kandidat dalam pemilihan umum.