

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK H.ARAS TAMMAUNI DALAM
PEMILIHAN BUPATI MAMUJU TENGAH**

OLEH :

ICDAN RAMADHAN

E311 13 512



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2020

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK H. ARAS TAMMAUNI DALAM
PEMILIHAN BUPATI MAMUJU TENGAH**

O L E H

ICDAN RAMADHAN

E31113512

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2020

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK HARAS
TAMMAUNI DALAM PEMILIHAN BUPATI DI
KABUPATEN MAMUJU TENGAH

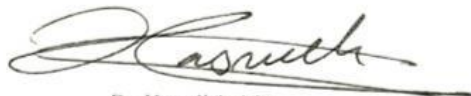
Nama Mahasiswa : ICDAN RAMADHAN

Nomor Pokok : E311 13 512

Makassar, 10 AGUSTUS 2020

Menyetujui,

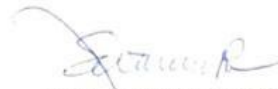
Pembimbing I



Dr. Hasrullah, MA

NIP. 19620307 198811 1 002

Pembimbing II



Dr. H. Aswar Hasan, M.Si

NIP. 196308171992021001

Mengetahui

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Hasanuddin



Dr. H. Moch. Rofiqul Sultan, M.Si

NIP. 196312101991031002



UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Icdan Ramadhan

Nomor Induk Mahasiswa : E31113512

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Strategi Komunikasi Politik H.Aras Tammauni Dalam Pemilihan Bupati Mamuju Tengah**" adalah **BENAR** merupakan hasil karya sendiri dan seluruh sumber dikutip dan dirujuk telah saya nyatakan benar.

Makassar, 05 November 2020



Icdan Ramadhan

E31113512

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu,,

Alhamdulillahirobbil'alamin, Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahuwata'ala* atas segala berkat, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di bangku kuliah hingga penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam tidak lupa penulis kirimkan kepada baginda Nabi Muhammad *Shalallahu'alaihi Wasallam* yang telah membawa rahmat serta cahaya illahi kepada seluruh umat manusia di muka bumi. Semoga kita termasuk orang-orang yang senantiasa mendapat pertolongan beliau di hari akhir kelak, Amin.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang dihadapi. Akan tetapi berkat kesabaran, kerja keras dan kesungguhan hati serta bantuan dan dorongan dari berbagai pihak baik secara materil maupun non materil sehingga penulis memiliki semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terutama kepada kedua Malaikat Hidupku Mamaku Ince Nurnisa Ince Abdul Rahman dan Bapak Daniel.S atas segala doa, kasih sayang, kesabaran, ketulusan, serta keikhlasan dalam merawat dan membesarkan saya, terima kasih ibu/bapak kebaikan kalian tidak ternilai oleh apapun itu. Kalian inspirasiku, semangat hidupku untuk terus melangkah dan berjuang.

Tentunya dalam penyelesaian skripsi tidak terlepas dari bantuan dan dorongan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak terkhusus kepada:

1. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, Bapak Dr. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si. Serta Bapak Sudirman S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Departemen terima kasih banyak atas bantuannya.
2. Dr. Hasrullah, MA selaku pembimbing I serta penasehat akademik, dan Bapak Dr.H. Aswar Hasan, M.Si selaku pembimbing II. Terima kasih atas kebaikan hati Bapak yang telah membimbing saya selama proses pembuatan skripsi ini. Semoga Tuhan selalu memberikan kesehatan serta rezeki yang berlimpah kepada Bapak.
3. Bapak dan Ibu Dosen Departemen Ilmu Komunikasi yang telah membimbing penulis dari awal masuk di Universitas Hasanuddin hingga menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Seluruh Staf dan Pegawai Departemen Ilmu Komunikasi Pak Amrullah, Ibu Suraidah, Ibu Ima dan Pak Ridho yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian berkas-berkas selama proses perkuliahan hingga menyusun tugas akhir.
5. Ibu Aisyah mantan Kabak Kemahasiswaan tahun 2013-2015 Seluruh Staf dan Pegawai khususnya bagian Akademik dan Kemahasiswaan FISIP Universitas Hasanuddin yang telah membantu dalam proses penyelesaian berkas-berkas ujian akhir.
6. Keluarga besar “BRITICAL” terima kasih atas segala bantuan, saran, motivasi dan dukungan kepada penulis dari awal hingga akhir studi ini. Hari-hari dan kebersamaan yang berharga, canda, tawa, tangis tak terlewatkan tanpa kalian

hingga saya lupa bagaimana rasanya sendiri untuk merasakan itu semua. Semoga kenangan tentang kita tidak akan habis dibawa masa.

7. Warga “KOSMIK” terima kasih atas segala pengalaman dalam berorganisasi, dukungan terlebih pengertiannya. Semoga tetap jaya dan semangat karena kita adalah satu.
8. Teman-teman KKN TEMATIK BANGUN MANDAR SULAWESI BARAT khususnya *Desa Sumare.*, Rada, Hasnita, Helsa, Eva, Sadly, Fadli, Anni, Wiwin, Dwiky, Yanti, Lia, Indra, Syam, Ayu, terima kasih untuk setiap pengalaman KKN yang luar biasa. Kekeluargaan yang berarti, posko terbaik dengan orang-orang terbaik, terima kasih dengan penuh sangat untuk kalian kawan-kawanku. Hanya sekali tetapi tetap menjadi pelajaran dan kenangan.
9. Teman-teman UKM PENCAK SILAT terima kasih atas pertemanan dan kenangan manis yang terbentuk dari sebuah eksul hingga saat ini, kalian tidak hanya sekedar teman tapi juga telah menjadi keluarga bagiku.
10. Teman baku bawa maba (Aisyah, Ana, Nusya, Raeita, kak iydhat, Andri, dan Ayi) terima kasih telah menjadi kawan pertama di Makassar yang senantiasa hadir dalam suka dan duka. Sering mengganggu namun menjadi hiburan tersendiri. Maafkan karena penulis lebih dulu menyelesaikan studi namun tidak bermaksud untuk meninggalkan, tetaplah berjuang dan saling mendukung.

11. Teman-teman Paduan Suara D'B3 Voice terkhusus teman dekat ku Asrin, Patrik, Indah Wels, Yun, Felix, dan Mihram, terima kasih atas segala support system kalian bantuan materi dan prestasi yang kita ukir Bersama.
12. Teman-teman semasa Kepengurusan di BEM FISIP UNHAS 2016 dan Pengurus BEM FISIP UNHAS 2017, terima kasih kak Rewo, K'Andre, K,Afdal, K'Adi, K'Tina, dan Herul, Fuad, Tety, Fatwal, Wahid, Andika, Hasyim, Arya, Rasyid, Aufar, Fadil, Thorgib telah mau berproses dan menerima kekurangan serta mengajar saya, I gonna love you forever all.

Penulis menyadari, tugas akhir ini masih banyak kelemahan dan kekurangannya. Karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Akhir kata, penulis ucapkan banyak terima kasih atas jasa dan kebaikannya kepada semua pihak baik itu yang penulis sebutkan maupun yang tidak sempat disebutkan satu persatu. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan menjadi satu karya yang bermanfaat.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Makassar, 10 Agustus 2020

Penulis

ABSTRAK

ICDAN RAMADHAN. Strategi Komunikasi Politik H. ARAS TAMMAUNI Dalam Pemilihan Bupati Mamuju Tengah .(Dibimbing oleh Dr.Hasrullah,MA dan Dr.H.Aswar Hasan,M,Si).

Tujuan Penelitian ini adalah: (1 Untuk menggambarkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh H.Aras Tammauni dalam pemilu calon bupati di kabupaten Mamuju Tengah, (2) Untuk mengetahui factor-faktor apa yang mempengaruhi pelaksanaan strategi komunikasi H.Aras Tammauni hingga memperoleh suara tertinggi di pemilu.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Mamuju Tengah dan berlangsung selama dua bulan yaitu November - Desember 2019. Informan penelitian ditentukan secara *purposive sampling* berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah berupa wawancara, observasi, dan studi kepustakaan dengan mengkaji buku-buku, hasil penelitian sebelumnya, dan literatur-literatur lain yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman.

ABSTRAC

ICDAN RAMADHAN. H. ARAS TAMMAUNI's Political Communication Strategy in the Election of the Regent of Mamuju Tengah. (Supervised by Dr.Hasrullah, MA and Dr.H.Aswar Hasan, M, Si).

The objectives of this study are: (1 To describe the communication strategy carried out by H. Asas Tammauni in the election of candidates for district head in Central Mamuju district, (2) To find out what factors influence the implementation of the communication strategy of H. Ras Tammauni to obtain the highest votes in elections.

This research was conducted in Mamuju Tengah District and lasted for two months, November - December 2019. The research informants were determined by purposive sampling based on predetermined criteria. The type of research used in this research is descriptive-qualitative method with a case study approach. The data obtained from this study are in the form of interviews, observations, and literature study by reviewing books, previous research results, and other literature related to the research. The data collected was then analyzed using the Interactive Analysis Model of Miles and Huberman.

Kata kunci : komunikasi politik, strategi komunikasi .

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	10
D. Kerangka Konseptual	10
E. Definisi Oprasional	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
A. Strategi.....	25
B. Komunikasi.....	36
C. Politik	48
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	64
A. Kabupaten Mamuju Tengah, Sulawesi Barat.	64
B. Visi Dan Misi Kabupaten Mamuju Tengah.....	71

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
A. Hasil Penelitian.....	75
1) Karakteristik Informan Penelitian	75
2) Deskripsi Hasil Wawancara	69
B. Pembahasan	86
1) Bagaimana bentuk strategi komunikasi yang di terapkan oleh H. Arasa Tammauni dalam pemilu calon bupati di kabupaten Mamuju Tengah.	86
2) Faktor-Faktor Apa Yang Mempengaruhi Pelaksanaan Strategi Komunikasi H.Aras Tammauni Hingga Memperoleh Suara Tertinggi Di Pemilu.	89
BAB V	91
PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN – LAMPIRAN	94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan politik sudah berkumandang menyemarakkan panggung demokrasi di Indonesia. Sejak Indonesia memasuki era demokrasi ditahun 2004 pemilihan presiden dan wakil presiden, kepala daerah serta wakil rakyat kini diserahkan sepenuhnya kepada rakyat, aroma persaingan jadi semakin terasa utamanya antara kepala daerah.

Dari sisi perkembangan politik, banyak pengamat yang menilai bahwa ini adalah kemajuan perkembangan demokrasi yang luar biasa di Indonesia. Dari sisi komunikasi, ini juga menunjukkan perkembangan yang cukup menarik. Karena semakin berkembangnya era penerapan kehumasan di dunia politik (political publik relations) di Indonesia khususnya di daerah-daerah kabupaten dan kota.

Dalam proses demokrasi di daerah kabupaten dan kota, banyaknya para kandidat atau politikus selaku komunikator politik yang mengikuti pemilu membuat persaingan dalam memperebutkan suara pemilih sangat ketat. Khalayak pemilih pun sangat sulit menentukan pilihan, oleh karena itu dibutuhkan strategi untuk mencuri perhatian khalayak. Dalam hal ini, para kandidat atau politikus yang baru secara otomatis harus bekerja ekstra keras untuk menarik perhatian khalayak. Karena mereka pendatang baru di kancah perpolitikan di wilayah tersebut. Meski yang menjadi partai pendukungnya adalah partai yang besar, strategi komunikasi

tentunya menjadi kebutuhan mutlak mereka untuk bisa mendapat perhatian khalayak dengan membentuk citra dirinya.

Strategi komunikasi dalam demokrasi politik atau dapat di sebut strategi komunikasi politik berawal dari pemahaman terhadap realita sosial yang tampak tidak cukup hanya dikaji dengan satu disiplin ilmu, karena suatu disiplin ilmu acap kali kurang lengkap dalam memandang objek kajiannya. Oleh sebab itu, banyak pemikiran para sarjana yang berusaha menggabungkan beberapa disiplin ilmu untuk memahami realitas sosial secara lebih komprehensif.

Cara pandang interdisipliner ini pada kelanjutannya mempunyai implikasi munculnya bidang studi baru. Timbulnya studi komunikasi politik tidak lepas dari cara pandang interdisipliner tersebut. Hal ini merupakan hasil usaha dalam memahami aktivitas sosial dengan pemahaman holistik paradikmatis melalui berbagai disiplin ilmu, seperti ilmu politik, komunikasi, sosiologi, psikologi sosial, dan filsafat.

Berdasarkan bahan bacaan tentang studi komunikasi politik, tampak bahwa studi komunikasi politik sebagai studi mandiri barulah ada pada awal dasawarsa 1950-an. Istilah komunikasi itu sendiri baru pertama kali di kemukakan secara tegas dan bulat oleh Euleau, Eldersveld, dan Janowitz pada 1956.

Di Indonesia sendiri sebagian besar para kandidat yang mengikuti pemilu menggunakan strategi komunikasi politik sebagai salah satu metode untuk mempengaruhi pemilih dalam menggunakan hak suaranya. Pada dasarnya dalam strategi ada prinsip yang harus ditanamkan, yakni tidak ada sesuatu yang berarti

dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh para kandidat lain, sebelum mereka mengerjakannya.

Menurut Clausewitz (1780-1831) dalam Cangara (2009 ;292) merumuskan strategi sebagai seni yang menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang. Sementara Marhtin Anderson (1968) dalam Cangara (2009;292) merumuskan strategi sebagai seni yang melibatkan kemampuan intelegensi/ pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien. Beda lagi bagi Orang Yunani yang memahami strategi lebih dari sekedar berperang dalam pertempuran. Seorang jenderal yang baik harus menentukan jalur suplai yang tepat, memutuskan kapan harus berperang dan kapan tidak, dan mengelola hubungan angkatan bersenjata dengan penduduk, politisi dan diplomat.

Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia dalam Arifin (2011 : 130), strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sesuatu. Strategi juga bisa bermakna sebagai rencana yang berskala besar dengan orientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran-sasaran tertentu.

Strategi mencerminkan cara seseorang tentang bagaimana, kapan dan dimana seseorang harus bersaing, melawan siapa dan untuk maksud dan tujuan apa. Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku berjudul “ dimensi-dimensi komunikasi” (1981 : 84) menyatakan bahwa : “ strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen

(communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana orasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa penekanan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi”.

Kita dapat melihat diatas bahwa dalam menjalankan strategi komunikasi politik tidak lah mudah, tidak sedikit yang gagal dalam pemilu di karenakan dalam menjalankan strategi ini tidak berjalan efisien ditambah lagi beberapa faktor lain seperti hubungan komunikator-komunikan politikus, baik representatif maupun ideologi, berkomunikasi untuk kepentingan para pemilih atau untuk mencapai tujuan.

Faktor sosial-ekonomi juga sangat penting banyak cara menentukan seseorang untuk di kategorikan ke dalam kelas sosial mana, tetapi pada umumnya kelas itu merupakan fungsi dari pekerjaan, pendapatan, dan pendidikan orang. Sama halnya dengan budaya politik pengaruh opini publik yang terbesar terhadap pembuatan keputusan pada pemerintah ialah dimilikinya budaya politik bersama oleh rakyat untuk memegang jabatan pemerintah.

Struktur organisasi partai. Struktur politik sebagai salah satu species struktur pada umumnya, selalu berkenaan dengan alokasi nilai-nilai yang bersifat otoritatif, yaitu yang dipengaruhi oleh distribusi serta penggunaan kekuasaan. Penghambat yang terakhir adalah model komunikasi, komunikasi politik yang dilakukan partai politik bisa berupa lisan maupun tulisan. Komunikasi politik yang dilakukan partai

politik bertujuan untuk memperoleh kejelasan dan mempengaruhi perubahan aspek kognitif anggota yang meliputi paham ideologi dan platform.

Dari beberapa faktor yang menghambat strategi komunikasi politik diatas menggambarkan bahwa tidak mudah meraih kemenangan dalam suatu pemilu daerah terutama daerah yang baru saja di mekarkan, apa lagi dalam memilih kepala daerah pertama pasti sangat sngsitif terhadap beberapa suku atau budaya tertentu yang merasa bahwa daerah tersebut harus dipimpin oleh putra daerah.

Daerah baru kabupaten Mamuju Tengah adalah salah satu kabupaten di provinsi sulawesi barat. Mamuju Tengah merupakan hasil pemekaran dari kabupaten mamuju yang di sahkan dalam sidang paripurna DPR RI pada 14 desember 2012 di gedung DPR RI tentang rencana UU Daerah Otonomi Baru (DOB).

Daerah yang kaya akan sumber daya alam serta adanya pabrik industri diwilayah tersebut dengan objek wisata pegunungan dan laut yang masih alami dan populasi manusia yang terus meningkat. Ini lah alasan yang membuat para kandidat atau politisi tertarik untuk mengikuti pemilu dalam pemilihan umum Bupati Mamuju Tengah pada tanggal 9 desember 2015 untuk memilih Bupati Mamuju Tengah priode 2016-2021.

Pada akhir tahun 2015 tepatnya pada bulan desember seluruh Indonesia terutama provinsi Sulawesi Barat kabupaten Mamuju Tengah sedang di perbincangkan, bagaiman tidak dari hasil pemilihan kepala daerah atau bupati Mamuju Tengah seluruh perpolitikan Indonesia tercengan pada daerah yang baru

dimekarkan ini karena satu sosok yang memperoleh suara yang tertinggi 97,69% dengan daftar pemilih untuk kabupaten sejumlah 90.775 ini menjadi catatan sejarah baru dalam dunia perpolitikan. Bahkan dalam suatu situs resmi Tribun Timur menyebutkan bahwa H.Aras Tammauni mendapat rekor MURI dengan perolehan suara tertinggi pemilihan kepala daerah atau kota di Indonesia.

Aras Tammauni adalah seorang anak laki-laki pertama dari 9 bersaudara. Ayahnya bernama Tammauni Pue Ballung dan ibunya bernama Hj. Hadia. Aras Tammauni lahir di Mamuju pada tanggal 31 desember 1957. Beliau memulai pendidikannya di sekolah rakyat (SR) yang didirikan oleh pemerintah Belanda. Sebelum berkarier di dunia pemerintahan beliau adalah salah seorang pengusaha. Usahanya dimulai sebagai penjual kayu bakar, penjual rotan sampai menjadi petani sukses kakao dan petani cengkeh. Kesuksesan beliau menjadi pengusaha di mulai pada saat menjadi pekebun kakao dengan lahan yang begitu luas.

Karir pemerintahan H. Aras Tammauni dimulai sejak usia 15 tahun. Dalam usianya yang masih remaja sudah dipercaya memimpin sebagai kepala kampung. Setelah kepala kampung beliau terpilih sebagai kepala desa di desa tobada selama 35 tahun kemudian dari kepala desa langsung menduduki kursi nomor satu di pemerintahan legislatif sebagai ketua DPRD provinsi Sulawesi Barat lalu kembali ke Mamuju Tengah mengikuti pemilihan kepala daerah, setelah kabupaten Mamuju Tengah resmi menjadi daerah otonom.

Salah satu fakta tentang H. Aras Tammauni adalah merupakan keturunan bangsawan dari kerajaan bumi lalata sarata. Bumi lalata sarata salah satu kerajaan

kecil di daratan Sulawesi Barat. Kepemimpinan H. Aras Tammauni tidak terlepas dari coretan sejarah seorang bapak yang terwariskan kepada dirinya yang senangtiasa berfikir bagaimana hidupnya bias bermanfaat, membantu dan mensejahterakan sesame. Kepercayaan masyarakat kepada dirinya dalam memimpin tidak terlepas dari factor sejarah. Sejarah mencatat rekam jejak perjuangan bapaknya yang berani mengorbankan jiwa dan raganya untuk terbebas dari penjajah Belanda.

Sejak menjadi kepala desa hingga saat ini beliau dikenal sebagai tokoh yang dermawan. Beliau memiliki investasi yang kuat terhadap masyarakat karena kebiasaan memberi bantuan. Beliau sering memberikan bantuan berupa materi berupa uang, membangun rumah kepada masyarakat yang paling miskin, memperbaiki rumah ibadah tanpa membeda-bedakan suku dan agama.

H. Aras Tammauni adalah tokoh masyarakat dan pencetus transmigran di Mamuju Tengah. H. Aras Tammauni mampu menjadi tokoh ditengah kemajemukan masyarakat Mamuju Tengah. Mamuju Tengah merupakan daerah transmigrasi yang hampir 60% penduduknya merupakan transmigran dan H. Aras Tammauni dibawa kepemimpinanya mampu mendamaikan semua suku yang ada. Bahkan sebelum adanya pemekaran, sekitar tahun 1990-an beliau pernah diberikan penghargaan oleh presiden soeharto sebagai tokoh masyarakat Sulawesi Selatan. Karena peran beliau dalam proses pelepasan tranmigrasi itu sangat besar.

Salah satu tokoh yang paling berperan penting dalam proses pembentukan kabupaten Mamuju Tengah adalah bapak H. Aras Tammauni. Peran beliau selaku

penggagas, fasilitator dan penyandang dana utama memberikan pengaruh yang signifikan dalam proses pembentukan kabupaten Mamuju Tengah.

Salah satu contoh penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi dan terlihat nyata digunakan oleh H.Aras Tammauni adalah pemanfaatan media massa seperti media elektronik untuk beriklan. Hal ini di gunakan oleh H.Aras Tammauni untuk menyentu khalayak dengan bermacam-macam pola kehidupan, mulai dari yang kecil strukturnya sampai kebentuk negara atau pemerintahan.

Iklan merupakan grand strategi dari suatu strategi komunikasi. Meski begitu, H.Aras Tammauni di Sulawesi Barat juga sudah menyusun strategi sebagai tindak lanjut dari strategi yang telah dilaksanakan oleh para politisi yang telah lebih dulu menggunakannya. Seperti diantaranya adalah rembuk warga dan tatap muka dengan khalayak yang menjadi sasaranya dan sangat jelas segmentasinya. Sasaran utama suatu strategi komunikasi politiknya diantaranya adalah petani, nelayan dan pekerja informal.

Dari apa yang dipaparkan diatas dapat diliat betapa di perlukan nya suatu peran yang dapat menjembatani antara public baik intern dan ekstern. Karena yang diharapkan dari peran ini disamping hubungan yang harmonis, juga efek yang ditimbulkanya sesuai dengan apa yang diharapkan. Seperti halnya dalam kasus kemenangan Jokowi-Jk penilihan presiden 2014 memperlihatkan gejala keberhasilan media yang digunakan untuk berkampanye. Dalam gejala itu, terlihat bahwa besar kecilnya partai tidak memberikan efek yang signifikan dalam memperoleh kemenangan politik. Jokowi hadir dari sosok pemimpin yang baru

yang saat itu tidak terlalu terkenal. Popularitasnya dalam konteks demokratisasi politik juga masih dibawa beberapa kandidat lainnya.

Hal itu memperlihatkan bahwa betapa pentingnya penerapan strategi komunikasi yang salah satunya melalui media itu sangatlah penting. Melihat fenomena di tahun 2014, penulis merasa tertarik untuk mengkaji strategi komunikasi salah satu tokoh yang ikut serta meramaikan pesta demokrasi ditahun 2015 dengan hasil yang mendekati 100% suara rakyat. Dan berdasarkan uraian singkat diatas, mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “*strategi komunikasi politik H.Aras Tammauni dalam pemilihan bupati Mamuju Tengah*”

B. Rumusan Masalah

Untuk lebih memfokuskan perhatian dalam mengkaji tentang strategi komunikasi khususnya H. Aras Tammauni dalam kemenangan pilkada, penulis mengajukan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana bentuk strategi komunikasi yang di terapkan oleh H. Aras Tammauni dalam pemilu calon bupati di kabupaten Mamuju Tengah.
- b. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi pelaksanaan strategi komunikasi H.Aras Tammauni hingga memperoleh suara tertinggi di pemilu.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menggambarkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh H.Aras Tammauni dalam pemilu calon bupati di kabupaten Mamuju Tengah.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi pelaksanaan strategi komunikasi H.Aras Tammauni hingga memperoleh suara tertinggi di pemilu.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teknis

hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam kajian komunikasi politik.

b. Kegunaan Praktis

hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berharga bagi para generasi muda yang ingin berkipra dalam dunia politik dan matang dalam menjalankan strategi komunikasi.

D. Kerangka Konseptual

Pada dasarnya setiap para kandidat atau politikus akan berusaha untuk mencapai tujuannya dengan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat untuk mendapatkan kemenangan. Dalam kesempatan tersebut, para kandidat akan berusaha membangun citranya. Di dalam membangun citra, maka yang diperlukan

adalah strategi yang disusun dengan matang agar tujuan pencapaian terbentuknya citra positif H. Aras Tammauni di mata masyarakat dapat terpenuhi. Pencapaian citra positif tersebut dapat diadopsi dari strategi-strategi komunikasi yang baik dimana melibatkan proses komunikasi yang efektif.

Jika kita melihat pada hakekatnya , strategi adalah suatu perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai tujuan tertentu. Kata strategi mempunyai pengertian yang terkait dengan hal-hal seperti kemenangan, kehidupan, atau daya juang. Artinya menyakut dengan hal-hal yang berkaitan dengan mampu atau tidaknya sebuah para kandidat politik menghadapi persaingan atau tekanan yang datang dari luar (Soemirat, 2007:92).

Dalam kaitanya dengan komunikasi politik, strategi merupakan penjabaran lebih jauh mengenai langkah-langkah yang akan diterapkan. Sementara itu, komunikasi politik menurut Richard Fagen (Riswandi:2009) adalah kegiatan komunikasi yang terdapat dalam suatu sistem politik yang mempunyai dampak secara actual dan potensial.

Komunikasi politik adalah inti bagi para politikus, hal ini karna komunikasi politik sangat dibutuhkan dalam menjabarkan lebih detail program yang akan dilaksanakan oleh para kandidat lewat sebuah perencanaan. Strategi tentunya tidak bisa dipisahkan dari visi dan misi para kandidat yang telah di sampaikan sebelumnya.

Dalam rangkaian strategi dan rencana komunikasi yang vital untuk merealisasikan setiap tujuannya, para kandidat harus mengembangkan dan

menerapkan suatu rencana komunikasi yang jelas dan efektif. Tanpa hal itu, sulit bagi politikus untuk berkembang. Dari hal tersebut, terlihat posisi penting dari komunikasi politik utamanya sebagai jembatan untuk menyampaikan pesan-pesan yang dapat memfungsikan kekuasaan.

Salah satu hal yang dapat diperhatikan oleh para kandidat adalah bagaimana menciptakan publikasi dengan mengundang para tokoh elite masyarakat dari berbagai daerah untuk menyampaikan ulang informasi atau menjadi penyambung lidah yang perlu kepada khalayak, termaksud mengadakan press tour secara on the spot untuk melihat secara langsung tentang aktifitas atau kegiatan yang ada di lapangan. Dengan memberitakan atau mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan, juga pada posisi politikus tersebut pada isu-isu penting.

Oleh karena itu, fungsi untuk membina hubungan pers dan media (press and media relation) sangat diperlukan oleh politikus untuk membentuk citranya dengan berperan sebagai penentu untuk pembentukan, penggalangan, hingga merekayasa opini public melalui publikasi dan menginformasikannya secara cepat dan tepat. Opini public yang dijabarkan oleh Effendy dalam Soemirat dan Ardianto (2007:107) adalah efek komunikasi dalam bentuk pernyataan dalam sifat kontroversial dari sejumlah orang sebagai pengekspresian sikap terhadap masalah sosial yang menyangkut kepentingan umum.

Kalau konsep pemahaman ini diterapkan, H.Aras Tammauni tidak terlalu sulit untuk membentuk citra karena sebelum dia menjadi kandidat bupati di Mamuju Tengah, beliau sudah secara tidak langsung hadir dengan citra positifnya. Sehingga

yang perlu beliau bangun hanyalah hubungan baik dengan media dan memanfaatkan media dengan maksimal untuk menjual citranya yang sudah dikenal baik oleh khalayak.

Komunikasi dalam suatu sistem politik diharapkan seperti aliran darah dalam tubuh manusia, mengelirkan pesan-pesan tentang politik. Jika fungsi komunikasi tidak jalan atau macet, maka pesan-pesan politik itu tidak sampai ke masing-masing bagian dari sistem politik. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu strategi yang matang.

Tujuan utama dari strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D.Peterson dan M.Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for effective communication* Ruslan, (1997:37) yaitu :

- a) To secure understanding

Untuk bahwa terjadi terjadi suatu pengerrtian dalam komunikasi.

- b) To establish acceptance

Bagaiman cara penerimaan itu terus dibina dengan baik

- c) To motive action

Penggiatan untuk memotivasinya

- d) The goals which the communicator sought to achieve

Bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari peroses komunikasi tersebut.

Perlu diketahui bahwa dalam menyusun strategi komunikasi yang akan dijalankan perlu dilakukan penelitian, orientasi dan pendugaan terlebih dahulu

untuk mengetahui kondisi khalayak. Yakni dengan menemukan data-data lapangan dan kerangka referensinya, kemudian dari data tersebut disusun strategi, dimana didalamnya mencakup teman, materi dan metode serta bentuk dan media yang digunakan. Dari hal tersebut, maka calon kandidat melaksanakan perencanaan dan strategi yang matang dan dilakukan dengan tujuan agar perhatian, pengertian dan penerimaan oleh khalayak telah ada dan tentunya akan terjadi efek dengan tindakan yang telah dilakukan oleh khalayak dalam bentuk dukungan, partisipasi atau kerja sama.

Maka dari itu Model komunikasi Harold Lasswell dirasa tepat untuk menjelaskan lebih jauh tentang strategi komunikasi politik, penulis akan merujuk pada paradigma Harold D.Lasswell dalam Rusland (1997:68) yakni *who says what in which channel to whom with what effect?* Siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dan apa efek yang ditimbulkannya.

Bagan Proses Komunikasi

1. Who (siapa/sumber)

Who dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu, pelaku utama atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator. Pihak tersebut bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator.

2. Says what (pesan)

Says menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi. Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima(komunikan),dari sumber(komunikator)atau isi informasi.Merupakan seperangkat symbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan,nilai,gagasan/maksud sumber tadi. Ada 3 komponen pesan yaitu makna,symbol untuk menyampaikan makna,dan bentuk/organisasi pesan.

3. In which channel (saluran/media)

Saluran/media adalah suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik).

4. To whom (siapa/penerima)

Sesorang yang menerima siapa bisa berupa suatu kelompok, individu, organisasi atau suatu Negara yang menerima pesan dari sumber.Hal tersebut dapat disebut tujuan (destination), pendengar (listener), khalayak (audience), komunikan, penafsir, penyandi balik (decoder).

5. With what effect (dampak/efek)

Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan.

Paradigma komunikasi Lasswell mengisyaratkan:

Komunikasi harus memiliki efek, yakni terjadinya perubahan perilaku audience, adalah :

- a) Terjadinya perubahan pada tingkat pengetahuan (kognitif)
- b) Terjadinya perubahan pada tingkat emosi/perasaan (afektif)
- c) Terjadinya perubahan pada tingkat tingkah laku (psikomotorik)

Kelebihan Dan Kekurangan Model Komunikasi Lasswell

Keuntungan model lasswell :

1. Teori Lasswell meskipun masih berfokuskan pada komunikasi verbal satu arah, namun teori tersebut dipandang lebih maju dari teori-teori lain yang ada.
2. Teori Lasswell berhasil melepaskan dari pengaruh komunikasi propaganda yang ketika pada saat itu sangat mendominasi wacana komunikasi.
3. Teori Lasswell telah mendefinisikan medium pesan dalam arti yang lebih luas yakni media massa.
4. Teori Lasswell lebih mendefinisikan tujuan komunikasi sebagai suatu penciptaan pengaruh dari pesan yang telah disampaikan.
5. Teori Lasswell fokus dan perhatian terhadap aspek-aspek penting komunikasi.
6. Lebih mudah dan sederhana
7. Berlaku hampir di semua model komunikasi
8. Dasar konsep Komunikasi

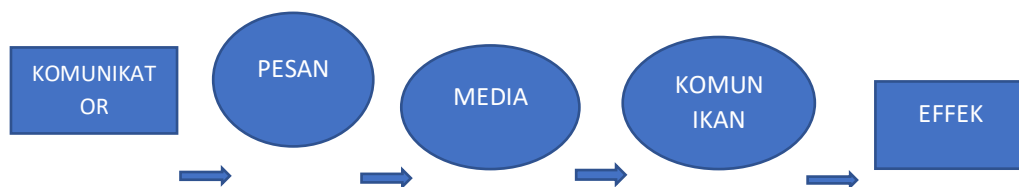
Kerugian model lasswell :

1. Timbal balik tidak disebutkan.
2. Tidak semua komunikasi mendapatkan umpan balik yang lancer
3. Teori Lasswell hanya menyimpulkan teori satu arah.
4. Teori Lasswell menitik beratkan model komunikasi arti yang sempit yaitu dengan cara menyebarluaskan melalu media massa hingga mencapai dan memperoleh efek dari audience. Namun jalannya pesan-pesan media tidak sederhana yang dipikirkan banyak orang.

Gambar 1.1

Paradigma Lasswell Dapat Digambarkan Dengan Kerangka Sebagai

Berikut:



- A. Komunikator
- B. Pesan
- C. Media atau Saluran
- D. Komunikan atau Sasaran/Khalayak

Strategi komunikasi yang diterapkan dengan baik oleh sebuah lembaga atau partai dapat mendukung terwujudnya citra yang baik ditengah masyarakat

khususnya yang akan menjadi pemilih di pemilu 2015. Pengertian citra itu sendiri pada dasarnya bersifat abstrak dan tidak dapat diukur, tapi wujudnya bisa dirasakan dari penilaian baik atau buruk yang khususnya datang dari public atau masyarakat luas pada umumnya. Jalaluddin rahmat dalam soemirat dan ardianto (2007:114) menyebutkan bahwa citra adalah penggambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi. Wolter lippman (1965) menyebutnya “picture in our head”.

Landasan citra biasanya berakar dari “nilai-nilai kepercayaan” yang kongkritnya diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau presepsi. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi terbentuknya citra. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra tentang lingkungan (danasaputra dalam soemirat dan ardianto 2007:114).

Komunikasi merupakan proses yang rumit. Oleh karna itu, diperlukan perhitungan yang matang terhadap faktor-faktor yang mendukung dan bisa menghambat pelaksanaan strategi komunikasi. Langkah-langkah yang diperlukan dalam perumusan strategi komunikasi diantaranya:

1. Mengenal Khalayak

Dalam proses komunikasi, khalayak sama sekali tidak pasif, melainkan aktif sehingga antara komunikator dengan komunikan akan terjadi proses saling mempengaruhi. Artinya adalah seorang khalayak dapat dipengaruhi oleh

komunikator. Akan tetapi, pada saat bersamaan komunikator juga dapat dipengaruhi oleh komunikan atau khalayak. Untuk menjalin komunikasi antara komunikator dengan komunikan harus terdapat persamaan kepentingan. Berarti komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan referensi khalayak secara tepat dan saksama.

2. Menyusun Pesan

Langkah selanjutnya setelah mengenal khalayak dan situasinya adalah menyusun pesan. Menyusun pesan adalah bagaimana komunikator menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak adalah pesan tersebut harus mampu membangkitkan perhatian. Ada beberapa kondisi yang mendukung sukses tidaknya penyampaian pesan dalam berkampanye, menurut wilbur schramm dalam bukunya *the proses and effects of mass communications* (arifin, 1984:68), yaitu:

- a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
- b. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian ini bertemu.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.

- d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.

3. Menetapkan Metode

Selain tergantung pada kemantapan isi pesan, metode-metode penyampaian pesan juga sangat berpengaruh terhadap keberhasilan proses penyampaian pesan. Dalam dunia komunikasi metode penyampaian pesan dapat dilihat dari 2 aspek yaitu: menurut cara pelaksanaan dan menurut bentuk isinya. Metode yang pertama (menurut cara pelaksanaannya) dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode pengulangan (repetition) dan metode penyediaan saluran (canalizing). Sedangkan yang kedua (menurut bentuk isinya) dikenal metode informative, persuasive, edukatif dan koersif.

4. Seleksi Penggunaan Media

Penggunaan media sebagai alat penyalur ide, dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat merupakan suatu keharusan. Sebab selain media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak, dewasa ini sebagian besar orang merasa tidak dapat lagi hidup tanpa surat kabar, radio, film dan televisi. Selain sebagai alat penyalur, semua alat tadi juga mempunyai fungsi sosial yang kompleks.

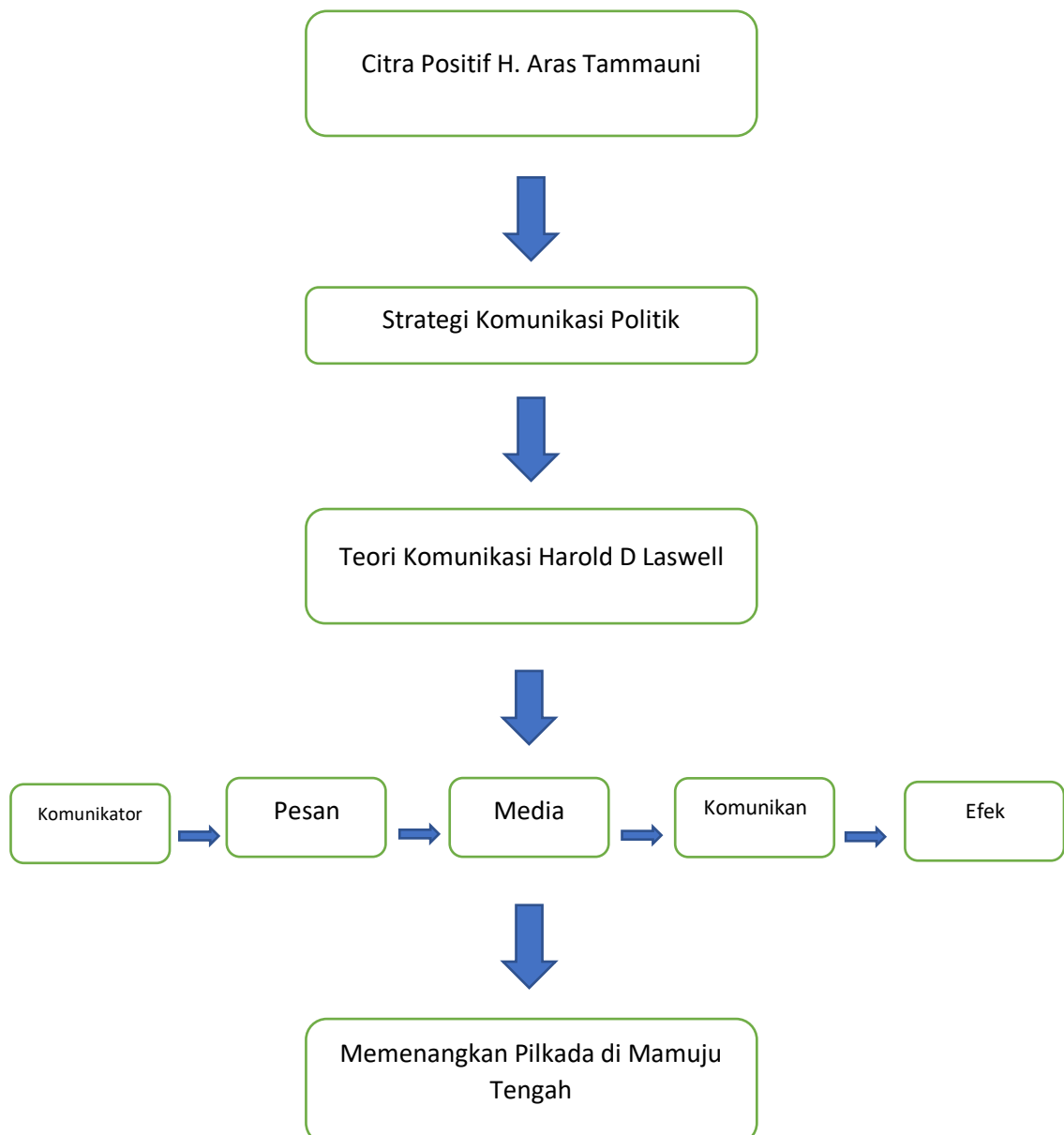
Sebagaimana dalam penyusunan pesan dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan, kita harus selektif dalam arti menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan media pun harus demikian.

Selain kita harus berfikir dalam jalinan faktor-faktor komunikasi, hubungannya dengan situasi sosial psikologis juga harus diperhitungkan.

Adapun kerangka konseptual yang akan digunakan oleh penulis berkaitan dengan hal yang diteliti adalah sebagai berikut :

Gambar 1.2

Bagan Kerangka Konseptual



E. Definisi Oprasional

Untuk menghindari salah pengertian tentang konsep-konsep yang digunakan, maka penulis akan memberikan batasan-batasan pada istilah-istilah yang dipakai dalam penulisan ini, sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi politik adalah cara atau metode yang digunakan oleh H. Aras Tammauni dalam membentuk citra sebagai calon bupati pada pemilu 2015 di kabupaten Mamuju Tengah, Sulawesi Barat.
2. Citra H. Aras Tammauni adalah reputasi atau gambaran positif dari H. Aras Tammauni yang dirasakan oleh khalayak.
3. Komunikator politik adalah orang yang berkewajiban untuk menyampaikan pesan-pesan politik dalam rangka membentuk citra H. Aras Tammauni.
4. Pesan politik adalah pesan yang disampaikan baik berupa sikap, program, nesehat maupun kepribadian atau akhlakyang tercermin dari komunikator H. Aras Tammauni kepada khalayak.
5. Media adalah saluran yang digunakan oleh H. Aras Tammauni untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.
6. Khalayak sasaran adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberikan dukungan dalam bentuk pemberian suara (vote) kepada kandidat atau politisi dalam pemilihan umum.
7. Efek/umpan balik dari strategi komunikasi politik H, Aras Tammauni berupa terbentuknya citra pada khalayak di kabupaten Mamuju Tengah, Sulawesi Barat.

F. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan, menganalisis dan menginterpretasi strategi yang dijalankan oleh H.Aras Tammauni dalam menjaga citra.

2. Waktu Dan Tempat Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama dua bulan yakni pada bulan September-oktober 2019, bertempat di kabupaten Mamuju Tengah, provinsi Sulawesi Barat.

3. Informasi

Informasi yang dimaksud adalah orang-orang atau komunikator politik yang dianggap memiliki wewenang dan kapabilitas dalam memberikan informasi untuk mengungkap strategi komunikasi politik H. Aras Tammauni.

Informan tersebut:

1. H. Aras Tammauni
2. Drs. H. Amin Jasa, M.M.
3. Sukardi M Noer
4. Fatur Radar Sulbar
5. H. Arsal Aras Tammauni

4. Teknik Pengumpulan Data

A. Observasi

dilakukan dengan pengamatan langsung dilokasi kegiatan-kegiatan H.Aras Tammauni untuk mengetahui jalannya implementasi strategi komunikasi politiknya.

B. Wawancara Mendalam

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan Tanya jawab secara lisan dan lebih mendalam kepada informan mengenai strategi komunikasi politik H.Aras Tammauni.

C. Studi Pustaka

Pengumpulan data dilakukan dengan membaca beberapa literature yang erat kaitanya dengan H.Aras Tammauni guna mengetahui buah pemikiran dan pengamatan baik dari H.Aras Tammauni sendiri maupun dari komunikator politiknya.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melalui pendekatan deskriptif kualitatif yang dimaksud untuk mengarahkan penulis dalam mengungkapkan, menguraikan dan mendeskripsikan data yang diperoleh dari penelitian baik data primer maupun data sekunder dengan menggunakan Bahasa yang mudah dipahami yang selanjutnya berkembang berdasarkan teori yang ada.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Kata "strategi" adalah juga turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *stratēgos*. Adapun *stratēgos* dapat diterjemahkan sebagai 'komandan militer' pada zaman demokrasi Athena. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang sering kali mencampuradukkan ke dua kata tersebut. Strategi sering dikaitkan dengan visi dan misi, walaupun strategi biasanya lebih terkait dengan jangka pendek dan jangka panjang. Contoh berikut menggambarkan perbedaannya, "strategi untuk memenangkan keseluruhan kejuaraan dengan taktik untuk memenangkan satu pertandingan". Pada awalnya kata ini dipergunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti strategi bisnis, olahraga (misalnya sepak bola dan tenis), catur, ekonomi, pemasaran, perdagangan, manajemen strategi.

Pengertian Strategi Secara Umum Dan Khusus

1. Pengertian umum

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

2. Pengertian khusus

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

3. Menurut Beberapa Ahli

- Siagaan

Menurut Siagaan strategi adalah serangkaian keputusan sarta tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diterapkan kesemua jajaran dalam organisasi untuk pencapaian tujuan organisasi

- Craig dan Grant

Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan dalam jangka panjang.

- Pearce
Menurut Pearce strategi adalah suatu rencana dari suatu perusahaan, yang mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai kapan, dimana serta bagaimana harus bersaing dalam menghadapi lawan dengan maksud dan tujuan tertentu.
- Carl Von Clausewitz
Strategi adalah suatu pengetahuan terhadap penggunaan pertempuran agar dapat memenangkan sebuah peperangan. Dan perang itu sendiri adalah kelanjutan dari politik.
- Morrissey
Strategi merupakan suatu proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar bisa tercapai segala misinya.
- Rangkuti
Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan tertentu.
- Kaplan dan Norton
Menurut Kaplan Dan Norton strategi adalah seperangkat hipotesis dalam model hubungan cause dan effect yaitu hubungan yang bisa diekspresikan dengan hubungan antara if dan then.
- Scholes dan Johnson
Strategi merupakan arah dan ruang lingkup dari organisasi atau lembaga dalam jangka panjang. Yang mencapai keuntungan melalui konfigurasi dari sumber daya dalam lingkungan, untuk memenuhi kebutuhan pasar.
- A.Halim

A.Halim mengemukakan strategi yakni cara dimana organisasi atau lembaga akan mencapai sebuah tujuan yang sesuai dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi dan kemampuan internal serta sumber daya.

- Syafrizal

Strategi merupakan suatu cara untuk dapat mencapai tujuan berdasarkan analisa terhadap faktor internal dan eksternal.

- Robinson

Menurut Robinson strategi merupakan rencana dari perusahaan, yang mencerminkan kesadaran suatu perusahaan tentang kapan, dimana serta bagaimana merka harus bersaing dalam menghadapi lawan dengan tujuan dan maksud tertentu.

Tingkat-Tingkat Strategi

Dengan merujuk pada pandangan Schendel dan Charles Hofer, Higgins (1985) menjelaskan adanya empat tingkatan strategi. Keseluruhannya disebut *master strategy*, yaitu:

- Enterprise strategy

Strategi ini berkaitan dengan respons masyarakat. Setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat. Masyarakat adalah kelompok yang berada di luar organisasi yang tidak dapat dikontrol. Di dalam masyarakat yang tidak terkendali itu, ada pemerintah dan berbagai

kelompok lain seperti kelompok penekan, kelompok politik dan kelompok sosial lainnya.

Jadi dalam strategi enterprise terlihat relasi antara organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi itu akan dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi. Strategi itu juga menampakkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat

- Corporate strategy

Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga sering disebut *grand strategy* yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. Pertanyaan apa yang menjadi bisnis atau urusan kita dan bagaimana kita mengendalikan bisnis itu, tidak semata-mata untuk dijawab oleh organisasi bisnis, tetapi juga oleh setiap organisasi pemerintahan dan organisasi *nonprofit*. Apakah misi universitas yang utama? Apakah misi yayasan ini, yayasan itu, apakah misi lembaga ini, lembaga itu? Apakah misi utamadirektorat jenderal ini, direktorat jenderal itu? Apakah misi badan ini, badan itu? Begitu seterusnya.

Jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan itu sangat penting dan kalau keliru dijawab bisa fatal. Misalnya, kalau jawaban terhadap misi universitas ialah terjun kedalam dunia bisnis agar menjadi kaya maka akibatnya bisa menjadi buruk, baik terhadap anak didiknya, terhadap pemerintah, maupun terhadap bangsa dan negaranya. Bagaimana misi itu dijalankan juga penting. Ini

memerlukan keputusan-keputusan stratejik dan perencanaan strategi yang selayaknya juga disiapkan oleh setiap organisasi.

- Business strategy

Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran di tengah masyarakat. Bagaimana menempatkan organisasi di hati para penguasa, para pengusaha, para investor dan sebagainya. Semua itu dimaksudkan untuk dapat memperoleh keuntungan – keuntungan strategi yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik.

- Functional strategy.

Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain. Ada tiga jenis strategi functional yaitu:

1. Strategi functional ekonomi yaitu mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang sehat, antara lain yang berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya, penelitian dan pengembangan.
2. Strategi functional manajemen, mencakup fungsi-fungsi manajemen yaitu planning, organizing, implementating, controlling, staffing, leading, motivating, communicating, decision making, representing, dan integrating.
3. Strategi isu stratejik, fungsi utamanya ialah mengontrol lingkungan, baik situasi lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui atau yang selalu berubah.
4. Tingkat-tingkat strategi itu merupakan kesatuan yang bulat dan menjadi isyarat bagi setiap pengambil keputusan tertinggi bahwa mengelola organisasi tidak boleh dilihat dari sudut kerapian administratif semata, tetapi

juga hendaknya memperhitungkan soal “kesehatan” organisasi dari sudut ekonomi (J. Salusu, p 104, 1996).

Jenis-Jenis Strategi

Banyak organisasi menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika dijalankan terlalu jauh. Di perusahaan yang besar dan terdiversifikasi, strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yangberlainan menjalankan strategi yang berbeda. Juga, organisasi yang berjuang untuk tetap hidup mungkin menggunakan gabungan dari sejumlah strategi defensif, seperti divestasi, likuidasi, dan rasionalisasi biaya secara bersamaan. Jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut:

1. Strategi Integrasi

Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, dan/atau pesaing.

2. Strategi Intensif

Penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

3. Strategi Diversifikasi

Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.

4. Strategi Defensive

Disamping strategi integrative, intensif, dan diversifikasi, organisasi juga dapat menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi. Rasionalisasi biaya, terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Kadang disebut sebagai strategi berbalik atau reorganisasi, rasionalisasi biaya dirancang untuk memperkuat kompetensi pembeda dasar organisasi. Selama proses rasionalisasi biaya, perencana strategi bekerja dengan sumber daya terbatas dan menghadapi tekanan dari para pemegang saham, karyawan dan media. Divestasi adalah menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akuisisi atau investasi strategis lebih lanjut. Divestasi dapat menjadi bagian dari strategi rasionalisasi biaya menyeluruh untuk melepaskan organisasi dari bisnis yang tidak menguntungkan, yang memerlukan modal terlalu besar, atau tidak cocok dengan aktivitas lainnya

dalam perusahaan. Likuidasi adalah menjual semua aset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut. Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan akibatnya bisa merupakan strategi yang secara emosional sulit dilakukan. Namun, barangkali lebih baik berhenti beroperasi daripada terus menderita kerugian dalam jumlah besar.

5. Strategi Umum Michael Porter

Menurut Porter, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Porter menamakan ketiganya strategi umum. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen (David, p.231, 2004).

Strategi Bisnis

Strategi bisnis haruslah melibatkan pengambilan keputusan pada tingkat bisnis. Dalam strategi tingkat ini yang dipilih adalah bagaimana taktik atau cara persaingnya.

1. Ancaman pendatang baru

Dalam bidang industri, perusahaan yang membawa kapasitas baru serta ingin mendapatkan pangsa pasar yang laba dan baik, namun itu semua sangat tergantung pada kendalan atau rintangan yang ada disekitarnya.

2. Daya tawar menawar pemasok

Dalam suatu industri, pemasok juga dapat menjadi sebuah ancaman, sebab pemasok bisa saja menaikkan harga produk yang ia jual atau mengurangi suatu kualitas produk. Bila harga produk pemasok baik maka harga pokok perusahaan akan ikut naik sehingga akan menaikkan harga jual produk tersebut. Bila harga jual produk naik maka dengan kesesuaian hukum permintaan, permintaan akan turun. Begitu juga bila pemasok menurunkan kualitas produk, maka kualitas produk penghasil juga akan turun, sehingga dapat mengurangi kepuasan pelanggan atau konsumen.

3. Daya tawar menawar pembeli

Pembeli akan selalu berusaha untuk bisa mendapatkan produk dengan kualitas yang sangat baik serta dengan harga yang murah. Sikap pembeli yang seperti ini berlaku secara universal serta memainkan peran yang cukup menentukan untuk perusahaan. Bila produk dinilai harganya jauh lebih tinggi dari kualitasnya (harga tidak mencerminkan yang semestinya) maka pembeli tidak akan membeli produk perusahaan tersebut.

4. Daya tawar produk pengganti

Produk pengganti secara fungsional memiliki keunggulan yang sama dengan produk utama (asli), tetapi mempunyai kualitas produk serta harga

yang lebih rendah. Secara umum, produk pengganti disenangi oleh orang yang memiliki penghasilan rendah namun ingin tampil dengan status yang lebih tinggi dari keadaannya yang sebenarnya.

5. Persaingan antar pesaing

Dalam persaingan, secara konvensional perusahaan lain mungkin akan membuat pansa pasar berusaha keras. Konsumen adalah ojek persaingan dari perusahaan yang sejenis yang bermain di pasar. Siapa yang bisa memikat hati para pembeli (konsumen) maka perusahaan akan bisa memenangkan persaingan. Untuk bisa memikat konsumen maka berbagai cara dilakukan oleh perusahaan dari memberikan kredit dengan syarat ringan, fasilitas khusus, serta memberikan harga diskon dan murah.

B. Komunikasi

Komunikasi adalah "suatu proses di mana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain". Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. [butuh rujukan] apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik tubuh atau menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, dan mengangkat bahu. [butuh rujukan] cara seperti ini disebut komunikasi dengan bahasa nonverbal.

Komunikasi atau *communicaton* berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti 'sama'. *Communico, communicatio* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*make to common*). Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu, komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya (*communication depends on our ability to understand one another*). Pada awalnya, komunikasi digunakan untuk mengungkapkan kebutuhan organis. Sinyal-sinyal kimiawi pada organisme awal digunakan untuk reproduksi. Seiring dengan evolusi kehidupan, maka sinyal-sinyal kimiawi primitif yang digunakan dalam berkomunikasi juga ikut berevolusi dan membuka peluang terjadinya perilaku yang lebih rumit seperti tarian kawin pada ikan. Manusia berkomunikasi untuk membagi pengetahuan dan pengalaman. Bentuk umum komunikasi manusia termasuk bahasa sinyal, bicara, tulisan, gerakan, dan penyiaran. Komunikasi dapat berupa interaktif, komunikasi transaktif|transaktif, komunikasi bertujuan|bertujuan, atau komunikasi tak bertujuan|tak bertujuan. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi, komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan tersebut. Walaupun komunikasi sudah dipelajari sejak lama dan termasuk “barang antik”, topik ini menjadi penting khususnya pada abad 20 karena pertumbuhan komunikasi digambarkan sebagai “penemuan yang revolusioner”, hal ini dikarenakan peningkatan teknologi komunikasi yang pesat seperti

radio. Televisi, telepon, satelit dan jaringan komputer seiring dengan industrialisasi bidang usaha yang besar dan politik yang mendunia. Komunikasi dalam tingkat akademi mungkin telah memiliki departemen sendiri di mana komunikasi dibagi-bagi menjadi komunikasi masa, komunikasi bagi pembawa acara, humas dan lainnya, namun subyeknya akan tetap. Pekerjaan dalam komunikasi mencerminkan keberagaman komunikasi itu sendiri.

Komponen

Komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Menurut Laswell komponen-komponen komunikasi adalah:

- Pengirim atau komunikator (*sender*) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.
- Pesan (*message*) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
- Saluran (*channel*) adalah media di mana pesan disampaikan kepada komunikan. Dalam komunikasi antar-pribadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada/suara.
- Penerima atau komunikan (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain
- Umpan balik (*feedback*) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikannya.

- Aturan yang disepakati para pelaku komunikasi tentang bagaimana komunikasi itu akan dijalankan ("protokol")

Proses

Secara ringkas, proses berlangsungnya komunikasi bisa digambarkan seperti berikut.

1. Komunikator (*sender*) yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. Pesan yang disampaikan itu bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol-simbol yang bisa dimengerti kedua pihak.
2. Pesan (*message*) itu disampaikan atau dibawa melalui suatu media atau saluran baik secara langsung maupun tidak langsung. Contohnya berbicara langsung melalui telepon, surat, e-mail, atau media lainnya.
3. Media (*channel*) alat yang menjadi penyampai pesan dari komunikator ke komunikan.
4. Komunikan (*receiver*) menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti oleh komunikan itu sendiri.
5. Komunikan (*receiver*) memberikan umpan balik (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya, apakah dia mengerti atau memahami pesan yang dimaksud oleh si pengirim.

Model-Model Komunikasi

Dari berbagai model komunikasi yang sudah ada, di sini akan dibahas tiga model paling utama, serta akan dibicarakan pendekatan yang mendasarinya dan bagaimana komunikasi dikonseptualisasikan dalam perkembangannya.

Model Komunikasi Linear

Model komunikasi ini dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1949 dalam buku *the mathematical of communication*. Mereka mendeskripsikan komunikasi sebagai proses linear karena tertarik pada teknologi radio dan telepon dan ingin mengembangkan suatu model yang dapat menjelaskan bagaimana informasi melewati berbagai saluran (*channel*). Hasilnya adalah konseptualisasi dari komunikasi linear (*linear communication model*). Pendekatan ini terdiri atas beberapa elemen kunci: sumber (*source*), pesan (*message*) dan penerima (*receiver*). Model linear berasumsi bahwa seseorang hanyalah pengirim atau penerima. Tentu saja hal ini merupakan pandangan yang sangat sempit terhadap partisipan-partisipan dalam proses komunikasi. Suatu konsep penting dalam model ini adalah gangguan (*noise*), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Gangguan ini

selalu ada dalam saluran bersama sebuah pesan yang diterima oleh penerima.

Model Interaksional

Model interaksional dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1954 yang menekankan pada proses komunikasi dua arah di antara para komunikator. Dengan kata lain, komunikasi berlangsung dua arah: dari pengirim dan kepada penerima dan dari penerima kepada pengirim. Proses melingkar ini menunjukkan bahwa komunikasi selalu berlangsung. Para peserta komunikasi menurut model interaksional adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain. Patut dicatat bahwa model ini menempatkan sumber dan penerima mempunyai kedudukan yang sederajat. Satu elemen yang penting bagi model interaksional adalah umpan balik (*feedback*), atau tanggapan terhadap suatu pesan.

Model Transaksional

Model komunikasi transaksional dikembangkan oleh Barnlund pada tahun 1970. Model ini menggarisbawahi pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara terus-menerus dalam sebuah episode komunikasi. Komunikasi bersifat transaksional adalah proses kooperatif: pengirim dan penerima sama-sama bertanggungjawab terhadap dampak dan

efektivitas komunikasi yang terjadi. Model transaksional berasumsi bahwa saat kita terus-menerus mengirimkan dan menerima pesan, kita berurusan baik dengan elemen verbal dan nonverbal. Dengan kata lain, peserta komunikasi (komunikator) melakukan proses negosiasi makna.

Faktor yang mempengaruhi komunikasi diantaranya:

a. Latar belakang budaya.

Interpretasi suatu pesan akan terbentuk dari pola pikir seseorang melalui kebiasaannya, sehingga semakin sama latar belakang budaya antara komunikator dengan komunikan maka komunikasi semakin efektif.

b. Ikatan kelompok atau grup

Nilai-nilai yang dianut oleh suatu kelompok sangat mempengaruhi cara mengamati pesan.

c. Harapan

Harapan mempengaruhi penerimaan pesan sehingga dapat menerima pesan sesuai dengan yang diharapkan.

d. Pendidikan

Semakin tinggi pendidikan akan semakin kompleks sudut pandang dalam menyikapi isi pesan yang disampaikan.

e. Situasi

Perilaku manusia dipengaruhi oleh lingkungan/situasi.

Interaksi dengan bidang ilmu lain

Dahulu orang lebih mudah memberikan definisi tentang ilmu daripada sekarang. Dulu defenisi ilmu bergantung pada sistem filsafat yang dianutnya.

Sekarang ilmu memperoleh posisi yang bebas dan mandiri. Definisi ilmu tidak lagi berdasarkan dan dilihat dari filsafatnya, melainkan berdasarkan pada apa yang dilaksanakan oleh ilmu tersebut, serta metodologinya.

Berbicara posisi ilmu komunikasi di antara ilmu-ilmu lainnya, tidak akan terlepas dari akar atau landasan ilmu komunikasi itu sendiri, di mana banyak ilmuwan nonkomunikasi memberikan kontribusi untuk lahirnya ilmu komunikasi. Ahli politik Harold D. Lasswell. Sosiolog Max Weber, Daniel Lerner dan Everett M. Rogers. Psikolog Carl I. Hoveland dan Paul Lazarsfeld. Ahli bahasa Wilbur Schramm. Shannon dan Weaver adalah ahli matematika.

Pengertian komunikasi secara umum

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi baik itu pesan, ide, maupun gagasan dari satu pihak kepada pihak lain. Umumnya komunikasi dilakukan secara lisan maupun verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak terdapat bahasa verbal, dapat menggunakan bahasa isyarat seperti tersenyum, gesture tubuh, menggelengkan kepala, dan lain-lain.

Pengertian komunikasi menurut para ahli

Berikut beberapa pengertian komunikasi menurut para ahli:

1. Prof. Drs. H.a.w: komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia baik individu ataupun kelompok.
2. James a.f.stoner: komunikasi merupakan proses dimana seseorang yang sedang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan.

3. Everett m. Rogers: komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber yang satu kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.
4. Raymond s. Ross: komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.
5. William i. Gordon: komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai suatu transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan.

Tujuan komunikasi

Tujuan dari komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Hal yang disampaikan komunikator dapat dimengerti oleh komunikan. Tugas komunikator adalah harus menjelaskan pesan utama dengan jelas dan sedetail mungkin.
2. Orang lain bisa memahaminya. Dengan melakukan komunikasi, setiap individu dapat memahami individu lainnya dengan kemampuan mendengar tentang suatu hal yang sedang dibicarakan orang lain.
3. Supaya apa yang disampaikan dapat diterima orang lain. Komunikasi serta pendekatan persuasif adalah cara agar sebuah gagasan mudah diterima oleh orang lain.
4. Bertujuan menggerakkan orang lain untuk melakukan suatu hal sesuai dengan keinginan komunikator.

Fungsi komunikasi

Fungsi dari komunikasi yang dapat diambil dari kehidupan sehari-hari adalah:

1. Sebagai informasi: komunikasi menyajikan suatu informasi yang diperlukan dari setiap individu maupun kelompok dalam mengambil suatu keputusan dengan meneruskan data untuk menilai beberapa pilihan yang akan diputuskan.
2. Sebagai kendali: fungsi komunikasi sebagai kendali memiliki arti bahwa komunikasi berperan untuk mengontrol perilaku orang lain maupun anggota dalam beberapa cara yang wajib dipatuhi oleh semua pihak.
3. Sebagai motivasi: komunikasi memberikan dalam hal memotivasi melalui penjelasan yang dilakukan oleh para motivator.

Syarat syarat komunikasi

Ketika hendak melakukan sebuah komunikasi, maka terdapat syarat sebagai berikut:

1. *Source*: *source* atau sumber adalah bahan dasar dari penyampaian pesan untuk memperkuat pesan itu sendiri. Salah satu contoh komunikasi adalah orang, buku, lembaga dan masih banyak contoh lainnya.
2. Komunikator: komunikator adalah seseorang yang menyampaikan pesan, dapat berupa seseorang yang sedang menulis atau berbicara, berupa kelompok orang ataupun organisasi komunikasi seperti film, surat kabar, radio, televisi dan lain sebagainya.
3. Komunikan: komunikan adalah penerima pesan dalam komunikasi berupa seseorang, kelompok ataupun massa.

4. Pesan: pesan adalah keseluruhan hal atau informasi yang disampaikan oleh seorang komunikator. Pesan memiliki tema utama sebagai pengarah dalam usaha untuk merubah tingkah laku serta sikap orang lain.
5. Saluran: saluran merupakan media perantara yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan. Saluran komunikasi terbagi menjadi beberapa bagian, yakni saluran formal atau resmi dan saluran informal atau tidak resmi.
6. *Effect: effect* merupakan hasil akhir dari suatu komunikasi yang sudah terjadi.

Model Komunikasi

1. Model s – r

Model stimulus – respon (s – r) adalah model komunikasi yang paling dasar. Model istimulus ini dipengaruhi oleh disiplin ilmu psikologi, terutama yang beraliran behavioristik. Model ini memberitahukan bahwa komunikasi sebagai aksi reaksi yang sederhana.

2. Model Aristoteles

Model Aristoteles merupakan model komunikasi yang paling klasik, sering juga disebut dengan model retorik. Model komunikasi ini terjadi ketika seorang pembicara berbicara kepada khalayak dalam upaya untuk mengubah sikap mereka. Komunikator akan mengemukakan tiga unsur dasar dalam proses komunikasi yaitu pembicara, pesan, dan pendengar.

3. Model Lasswell

Model komunikasi Lasswell adalah ungkapan berupa verbal yang tersusun sebagai berikut: *Who-says what-in which channel-to whom-with what effect?*

Lasswell mengutarakan tiga fungsi komunikasi yaitu: pengawasan lingkungan, korelasi berbagai bagian yang terpisah dalam masyarakat untuk merespon lingkungan, dan transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya.

Macam macam komunikasi

Komunikasi berdasarkan penyampaian sebagai berikut:

1. Komunikasi lisan

Komunikasi yang dilakukan secara langsung atau tatap muka tanpa ada batas tertentu. Contoh komunikasi lisan seperti obrolan antara dua orang atau lebih, wawancara, diskusi, rapat, presentasi, seminar, dan masih banyak lagi.

2. Komunikasi tertulis

Komunikasi tertulis biasanya dilakukan melalui perantara surat, whatsapp, line, bbm, atau media pengirim pesan lainnya.

3. Komunikasi berdasarkan ruang lingkup

Berdasarkan ruang lingkupnya komunikasi dibedakan menjadi 2, yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Berikut penjelasannya:

- Komunikasi internal: komunikasi ini terjadi dalam ruang lingkup tertentu, misalkan dalam lingkungan organisasi atau dalam lingkungan kerja

- Komunikasi eksternal: komunikasi antara individu atau organisasi dengan masyarakat. Contoh komunikasi internal, yaitu konferensi pers, siaran televisi, siaran radio, bakti sosial, dll

4. Komunikasi berdasarkan aliran informasi

Komunikasi berdasarkan aliran informasi terbagi menjadi 5 jenis yaitu:

- Komunikasi ke atas: komunikasi dari bawahan ke atasan
- Komunikasi ke bawah: komunikasi ini terjadi antara atasan kepada bawahan
- Komunikasi ke samping: komunikasi ini dilakukan dengan orang yang memiliki kedudukan yang sama
- Komunikasi satu arah: komunikasi dari satu pihak saja, komunikasi inibiasanya terjadi di dalam suatu lembaga yang sedang mengalami keadaan darurat, jadi harus terdapat satu pihak yang memberikan instruksi tertentu
- Komunikasi dua arah: komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, biasanya komunikasi ini berupa timbal balik antara satu orang dengan orang lain.

C. Politik

Politik (Yunani: politikos; Arab: siyasa) (dari bahasa Yunani: politikos, yang berarti dari, untuk, atau yang berkaitan dengan warga negara), adalah proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam negara. Pengertian ini merupakan upaya penggabungan antara berbagai definisi yang berbeda mengenai hakikat politik yang dikenal dalam ilmu politik.

Politik adalah seni dan ilmu untuk meraih kekuasaan secara konstitusional maupun nonkonstitusional. Di samping itu politik juga dapat ditilik dari sudut pandang berbeda, yaitu antara lain: politik adalah usaha yang ditempuh warga negara untuk mewujudkan kebaikan bersama (teori klasik Aristoteles). Politik adalah hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan dan negara. Politik merupakan kegiatan yang diarahkan untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan di masyarakat. Politik adalah segala sesuatu tentang proses perumusan dan pelaksanaan kebijakan publik. Dalam konteks memahami politik perlu dipahami beberapa kunci, antara lain: kekuasaan politik, legitimasi, sistem politik, perilaku politik, partisipasi politik, proses politik, dan juga tidak kalah pentingnya untuk mengetahui seluk beluk tentang partai politik.

Etimologi

Politik berasal dari bahasa belanda *politiek* dan bahasa inggris *politics*, yang masing-masing bersumber dari bahasa yunani *τα πολιτικά* (*politika* - yang berhubungan dengan negara) dengan akar katanya *πολίτης* (*polites* - warga negara) dan *πόλις* (*polis* - negara kota).

Secara etimologi kata "politik" masih berhubungan dengan *politis*, kebijakan. Kata "*politis*" berarti hal-hal yang berhubungan dengan politik. Kata "*politisi*" berarti orang-orang yang menekuni hal politik.

Politik berasal dari bahasa yunani yaitu *polis* yang berarti kota atau negara kota. Turunan dari kata tersebut yaitu:

- Polites berarti warga negara.
- Politikos berarti kewarganegaraan.
- Politike tehne berarti kemahiran politik.
- Politike episteme berarti ilmu politik.

Kata ini berpengaruh ke wilayah romawi sehingga bangsa romawi memiliki istilah *ars politica* yang berarti kemahiran tentang masalah masalah kenegaraan. Politik pun dikenal dalam bahasa arab dengan kata *siyasah* yang berarti mengurus kepentingan seseorang. Pengarang kamus *al muhith* mengatakan bahwa *sustu ar-ra'iyata siyasatan* berarti saya memerintahnya dan melarangnya. Sedangkan politik secara terminologis dapat diartikan Menunjuk kepada satu segi kehidupan manusia bersama dengan masyarakat. Lebih mengarah pada politik sebagai usaha untuk memperoleh kekuasaan, memperbesar atau memperluas serta mempertahankan kekuasaan (*politics*). Misal: kejahatan politik, kegiatan politik, hak-hak politik. Menujuk kepada “satu rangkaian tujuan yang hendak dicapai” atau “cara-cara atau arah kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan tertentu”. Lebih mengarah pada kebijakan (*policy*). Misal: politik luar negeri, politik dalam negeri, politik keuangan.

Menunjuk pada pengaturan urusan masyarakat dalam segala aspek kehidupan. Pemerintah mengatur urusan masyarakat, masyarakat melakukan koreksi terhadap pemerintah dalam melaksanakan tugasnya (*siyasah*). Di antara ketiga definisi tersebut, tentunya definisi pertama lebih memiliki konotasi negatif dibandingkan definisi kedua dan ketiga. Hal ini disebabkan orientasi yang pertama adalah politik kekuasaan, untuk meraih dan mempertahankan kekuasaan dapat

dilakukan dalam jalan apapun entah baik entah buruk, dapat menghalalkan segala cara dan lebih berorientasi pada kepentingan pemimpin atau elit yang berkuasa. Sedangkan definisi politik yang kedua dan ketiga lebih berorientasi pada politik pelayanan terhadap masyarakat, dimana posisi pemimpin merupakan pelayan masyarakat bukan penguasa aset-aset strategis.

Secara awam berarti suatu organisasi, tetapi lembaga bisa juga merupakan suatu kebiasaan atau perilaku yang terpola. Perkawinan adalah lembaga sosial, baik yang diakui oleh negara lewat kua atau catatan sipil di Indonesia maupun yang diakui oleh masyarakat saja tanpa pengakuan negara. Dalam konteks ini suatu organisasi juga adalah suatu perilaku yang terpola dengan memberikan jabatan pada orang-orang tertentu untuk menjalankan fungsi tertentu demi pencapaian tujuan bersama, organisasi bisa formal maupun informal. Lembaga politik adalah perilaku politik yang terpola dalam bidang politik.

Pemilihan pejabat, yakni proses penentuan siapa yang akan menduduki jabatan tertentu dan kemudian menjalankan fungsi tertentu (sering sebagai pemimpin dalam suatu bidang/masyarakat tertentu) adalah lembaga demokrasi. Bukan lembaga pemilihan umumnya (atau sekarang KPU-nya) melainkan seluruh perilaku yang terpola dalam kita mencari dan menentukan siapa yang akan menjadi pemimpin ataupun wakil kita untuk duduk di parlemen.

Persoalan utama dalam negara yang tengah melalui proses transisi menuju demokrasi seperti Indonesia saat ini adalah pelembagaan demokrasi. Yaitu bagaimana menjadikan perilaku pengambilan keputusan untuk dan atas nama orang

banyak bisa berjalan sesuai dengan norma-norma demokrasi, umumnya yang harus diatasi adalah mengubah lembaga feodalistik (perilaku yang terpola secara feodal, bahwa ada kedudukan pasti bagi orang-orang berdasarkan kelahiran atau profesi sebagai bangsawan politik dan yang lain sebagai rakyat biasa) menjadi lembaga yang terbuka dan mencerminkan keinginan orang banyak untuk mendapatkan kesejahteraan.

Untuk melembagakan demokrasi diperlukan hukum dan perundang-undangan dan perangkat struktural yang akan terus mendorong terpolanya perilaku demokratis sampai bisa menjadi pandangan hidup. Karena diyakini bahwa dengan demikian kesejahteraan yang sesungguhnya baru bisa dicapai, saat tiap individu terlindungi hak-haknya bahkan dibantu oleh negara untuk bisa teraktualisasikan, saat tiap individu berhubungan dengan individu lain sesuai dengan norma dan hukum yang berlaku.

Konsep-konsep politik

Ada beberapa konsep politik dasar yang bersumber dari para ahli, yaitu:

Klasik. Pada pandangan klasik (aristoteles) mengemukakan bahwa politik digunakan masyarakat untuk mencapai suatu kebaikan bersama yang dianggap memiliki nilai moral yang lebih tinggi daripada kepentingan swasta. Kepentingan umum sering diartikan sebagai tujuan-tujuan moral atau nilai-nilai ideal yang bersifat abstrak seperti keadilan, kebenaran dan kebahagiaan. Pandangan klasik dianggap kabur seiring banyaknya penafsiran tentang kepentingan umum itu

sendiri. Kepentingan umum dapat diartikan pula sebagai *general will*, *will of all* atau kepentingan mayoritas.

Kelembagaan. Menurut Max Weber, politik adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penyelenggaraan negara. Max Weber melihat negara dari sudut pandang yuridis formal yang statis. Negara dianggap memiliki hak memonopoli kekuasaan fisik yang utama. Namun konsep ini hanya berlaku bagi negara modern yaitu negara yang sudah ada differensiasi dan spesialisasi peranan, negara yang memiliki batas wilayah yang pasti dan penduduknya tidak nomaden.

Kekuasaan. Robson mengemukakan politik adalah kegiatan mencari dan mempertahankan kekuasaan ataupun menentang pelaksanaan kekuasaan. Kekuasaan sendiri adalah kemampuan seseorang untuk mempengaruhi orang lain, baik pikiran maupun perbuatan agar orang tersebut berpikir dan bertindak sesuai dengan orang yang mempengaruhi. Kelemahan dari konsep ini adalah tidak dapat dibedakannya konsep beraspek politik dan yang non politik dan juga kekuasaan hanya salah satu konsep dalam ilmu politik, masih ada konsep ideologi, legitimasi dan konflik.

Fungsionalisme. David Easton berpendapat bahwa politik adalah alokasi nilai-nilai secara otoritatif berdasarkan kewenangan dan mengikat suatu masyarakat. Sedangkan menurut Harold Lasswell, politik merupakan *who gets, what gets, when gets* dan *how gets* nilai. Dapat diketahui bahwa politik sebagai perumusan dan pelaksanaan kebijakan umum. Kelemahan dari konsep ini adalah ditematkannya pemerintah sebagai sarana dan wasit terhadap persaingan diantara

pelbagai kekuatan politik untuk mendapatkan nilai-nilai terbanyak dari kebijakan umum tanpa memperhatikan kepentingan pemerintah itu sendiri.

Konflik. Pandangan konflik mendeskripsikan bahwa politik merupakan kegiatan untuk memengaruhi perumusan dan kebijaksanaan umum dalam rangka usaha untuk memengaruhi, mendapatkan dan mempertahankan nilai. Oleh karena itu sering terjadi perdebatan dan pertentangan antara pihak yang memperjuangkan dan pihak yang mempertahankan nilai. Kelemahan konsep ini adalah tidak semua konflik berdimensi politik.

Partai dan golongan

Hubungan internasional

Dalam bentuk klasiknya hubungan internasional adalah hubungan antar negara, namun dalam perkembangan konsep ini bergeser untuk mencakup semua interaksi yang berlangsung lintas batas negara. Dalam bentuk klasiknya hubungan internasional diperankan hanya oleh para diplomat (dan mata-mata) selain tentara dalam medan peperangan. Sedangkan dalam konsep baru hubungan internasional, berbagai organisasi internasional, perusahaan, organisasi nirlaba, bahkan perorangan bisa menjadi aktor yang berperan penting dalam politik internasional. Peran perusahaan multinasional seperti Monsanto dalam WTO (world trade organization/organisasi perdagangan dunia) misalnya mungkin jauh lebih besar dari peran Republik Indonesia. Transparency International laporan indeks persepsi korupsi-nya di Indonesia mempunyai pengaruh yang besar.

Persatuan Bangsa Bangsa atau PBB merupakan organisasi internasional terpenting, karena hampir seluruh negara di dunia menjadi anggotanya. Dalam

periode perang dingin PBB harus mencerminkan realitas politik bipolar sehingga sering tidak bisa membuat keputusan efektif, setelah berakhirnya perang dingin dan realitas politik cenderung menjadi unipolar dengan Amerika Serikat sebagai kekuatan hiper power, PBB menjadi relatif lebih efektif untuk melegitimasi suatu tindakan internasional sebagai tindakan multilateral dan bukan tindakan unilateral atau sepihak. Upaya AS untuk mendapatkan dukungan atas inisiatifnya menyerbu Irak dengan melibatkan PBB, merupakan bukti diperlukannya legitimasi multilateralisme yang dilakukan lewat PBB.

Untuk mengatasi berbagai konflik bersenjata yang kerap meletus dengan cepat di berbagai belahan dunia misalnya, saat ini sudah ada usulan untuk membuat pasukan perdamaian dunia (peace keeping force) yang bersifat tetap dan berada di bawah komando PBB. Hal ini diharapkan bisa mempercepat reaksi PBB dalam mengatasi berbagai konflik bersenjata. Saat ini misalnya PBB telah memiliki semacam polisi tetap yang setiap saat bisa dikerahkan oleh sekretaris jenderal PBB untuk beroperasi di daerah operasi PBB. Polisi PBB ini yang menjadi civpol (civilian police/polisi sipil) pertama saat Timor Timur lepas dari Republik Indonesia.

Hubungan internasional telah bergeser jauh dari dunia eksklusif para diplomat dengan segala protokol dan keteraturannya, ke arah kerumitan dengan kemungkinan setiap orang bisa menjadi aktor dan memengaruhi jalannya politik baik di tingkat global maupun lokal. Pada sisi lain juga terlihat kemungkinan munculnya pemerintahan dunia dalam bentuk PBB, yang mengarahkan pada keteraturan suatu negara (konfederasi).

Masyarakat

Adalah sekumpulan orang-orang yang mendiami wilayah suatu negara.

Kekuasaan

Dalam teori politik menunjuk pada kemampuan untuk membuat orang lain melakukan sesuatu yang tidak dikehendakinya. Max Weber menuliskan adanya tiga sumber kekuasaan: pertama dari perundangundangan yakni kewenangan; kedua, dari kekerasan seperti penguasaan senjata; ketiga, dari karisma.

Negara

Negara merupakan suatu kawasan teritorial yang didalamnya terdapat sejumlah penduduk yang mendiaminya, dan memiliki kedaulatan untuk menjalankan pemerintahan, dan keberadaannya diakui oleh negara lain. Ketentuan yang tersebut diatas merupakan syarat berdirinya suatu negara menurut konferensi Montevideo pada tahun 1933.

Indonesia

Beberapa tokoh pemikir dan penulis materi ilmu politik dan hubungan internasional dari Indonesia adalah: Miriam Budiardjo, Salim Said dan Ramlan Surbakti.

Perilaku politik

Perilaku politik atau (Inggris: *political behaviour*) adalah perilaku yang dilakukan oleh insan/individu atau kelompok guna memenuhi hak dan kewajibannya sebagai insan politik. Seorang individu/kelompok diwajibkan oleh negara untuk melakukan hak dan kewajibannya guna melakukan perilaku politik adapun yang dimaksud dengan perilaku politik contohnya adalah:

- Melakukan pemilihan untuk memilih wakil rakyat / pemimpin

- Mengikuti dan berhak menjadi insan politik yang mengikuti suatu partai politik atau parpol, mengikuti ormas atau organisasi masyarakat atau lsm lembaga swadaya masyarakat
- Ikut serta dalam pesta politik
- Ikut mengkritik atau menurunkan para pelaku politik yang berotoritas
- Berhak untuk menjadi pimpinan politik
- Berkewajiban untuk melakukan hak dan kewajibannya sebagai insan politik guna melakukan perilaku politik yang telah disusun secara baik oleh undang-undang dasar dan perundangan hukum yang berlaku

Kata politik berasal dari bahasa Yunani yaitu polis yang berarti kota yang berstatus negara (city state). Aristoteles dan Plato menganggap politik adalah suatu usaha untuk mencapai masyarakat politik yang terbaik.

Pada waktu itu Aristoteles menyebut politik dengan zoon politikon yang kemudian terus berkembang menjadi polites (warga negara), politeia (hal-hal yang berhubungan dengan negara), politika (pemerintahan negara), lalu terakhir menjadi politikos (kewarganegaraan).

Miriam Budiardjo menyampaikan bahwa politik merupakan bermacam kegiatan dalam suatu sistem politik yang menyangkut proses menentukan tujuan dari sistem itu dan melaksanakan tujuan-tujuan tersebut.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan pengertian politik adalah segala urusan yang menyangkut negara atau pemerintahan melalui suatu sistem politik yang menyangkut penentuan tujuan dari sistem tersebut dan cara mencapai tujuan tersebut.

Tujuan Politik

Sebagai suatu kegiatan dalam sistem politik maka politik sendiri memiliki beberapa tujuan. Tujuan politik yang ada di Indonesia dan secara umum dapat dilihat sebagai berikut:

- Adanya suatu politik memiliki tujuan agar kekuasaan yang ada di masyarakat maupun pemerintah diperoleh, dikelola, dan diterapkan sesuai dengan norma hukum.
- Kedua, adanya politik dapat menciptakan kekuasaan di masyarakat maupun pemerintah yang demokratis.
- Adanya politik dapat membantu terselenggaranya kekuasaan pemerintah dan masyarakat yang mengacu pada prinsip negara kesatuan Republik Indonesia.
- Politik bertujuan mensejahterakan seluruh masyarakat Indonesia.
- Melindungi hak-hak semua warga negara Indonesia dan menjamin terlaksananya kewajiban-kewajiban warga negara.
- Menjaga keamanan dan perdamaian negara.
- Menjaga kehidupan sosial yang seimbang untuk kemajuan bangsa.
- Macam macam sistem politik
- Sistem politik sendiri menurut prof. Sri sumantri merupakan pelembagaan dari hubungan antara manusia yang berupa hubungan suprastruktur dan infrastruktur politik.
- Suprastruktur politik merupakan lembaga legislatif negara, lembaga eksekutif negara, dan lembaga yudikatif. Sedangkan infrastruktur politik terdiri dari 5

komponen, yaitu tokoh politik, partai politik, kelompok kepentingan, kelompok penekan, serta alat komunikasi politik.

Ada beberapa sistem politik secara umum digunakan dan yang dikenal di Indonesia.

Berikut ini beberapa macam sistem politik:

- ❖ Sistem politik liberalisme
- ❖ Sistem politik fasisme
- ❖ Sistem politik komunisme
- ❖ Sistem politik monarki
- ❖ Sistem politik totaliterisme
- ❖ Sistem politik oligarki
- ❖ Sistem politik demokrasi

Selain ketujuh sistem politik tersebut, masih ada beberapa jenis sistem politik lainnya yang digunakan di negara-negara lain. Sistem politik yang berlaku dalam suatu negara akan berbeda satu dengan lainnya.

Hal ini berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam negara tersebut serta kondisi tiap-tiap negara. Sistem politik yang berlaku di Indonesia adalah sistem politik demokrasi. Sistem politik demokrasi ini memberikan kesempatan kepada rakyat untuk menyampaikan pendapatnya sebagai salah satu bentuk kontribusi dalam penyelenggaraan politik negara.

Konsep politik

Konsep politik dapat diuraikan menjadi beberapa bagian yaitu negara, kekuasaan, pengambilan keputusan, kebijaksanaan umum dan pembagian atau alokasi. Konsep politik yang paling utama adalah negara. Seperti arti dari kata

politik yang bermakna negara, maka segala bentuk politik berpusat pada negara atau pemerintahan. Fokus utama dari politik ini adalah sistem ketatanegaraan dan lembaga-lembaga negara. Konsep politik kekuasaan membahas mengenai ruang lingkup politik yang luas dan dinamis namun tetap menyangkut keadaan sosial masyarakat. Kekuasaan politik dalam suatu negara dipengaruhi oleh sosiologi dari ruang lingkungannya, yaitu masyarakat. Sebagai negara dengan sistem politik demokrasi, Indonesia menempatkan rakyatnya dengan kekuasaan kedaulatan tertinggi. Maksudnya adalah segala sesuatu yang diatur dalam negara bersumber dan untuk rakyat.

Konsep pengambilan keputusan menyangkut segala cara pengambilan keputusan dalam dunia politik yang diambil secara kolektif dan ditujukan kepada masyarakat seluruhnya. Proses pembuatan kebijakan yang diterapkan untuk masyarakat semua melalui proses pengambilan keputusan.

Konsep kebijaksanaan umum digunakan oleh pengambil keputusan dalam dunia politik dalam usaha untuk memilih tujuan serta menerapkan cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Kebijaksanaan umum dalam politik hanya dimiliki oleh orang yang memiliki kekuasaan untuk melaksanakannya seperti contohnya kepala negara maupun ketua partai politik. Konsep alokasi pada politik memiliki arti pembagian atas nilai-nilai sosiologi. Pembagian disini ditujukan kepada masyarakat yang diupayakan dapat merata sesuai kondisi masyarakat.

Perilaku Politik

Perilaku politik dapat disimpulkan sebagai bentuk respon masyarakat atas sistem politik yang ada dalam suatu negara. Berikut ini beberapa sikap perilaku politik:

1. Radikal

Sering kali kita mengenal kata radikal, namun untuk sikap perilaku radikal politik sendiri berarti perilaku yang mencerminkan ketidakpuasan terhadap keadaan yang ada dan ingin adanya perubahan secara cepat dan mendasar. Kebanyakan masyarakat yang memiliki perilaku radikal akan cenderung kuat pendirian dan tidak mudah diajak kompromi. Perilaku radikal dapat menyebabkan adanya perselisihan hingga kerusuhan apabila tidak ditindak dengan cermat dan hati-hati, sebab kelompok radikal cenderung tidak mengindahkan orang lain dan semanya sendiri.

2. Liberal

Perilaku politik satu ini mengindikasikan suatu masyarakat yang berpikiran bebas dan maju. Perilaku liberal dicerminkan dengan masyarakat yang ingin adanya suatu perubahan secara cepat dan progresif. Perubahan yang diinginkan yaitu untuk mencapai tujuan diinginkan dengan dasar hukum yang legal dan kuat.

3. Konservatif

Perilaku konservatif adalah suatu cerminan perilaku yang menunjukkan kepuasan dengan keadaan politik yang ada. Perilaku konservatif cenderung berusaha untuk bertahan terhadap perubahan yang terjadi.

4. Moderat

Kelompok perilaku politik moderat mengindikasikan suatu kelompok yang merasa sudah cukup puas dengan keadaan politik yang ada. Perilaku ini mencerminkan masyarakat yang mampu berpikiran maju, namun belum dapat menerima perubahan secara cepat seperti yang ada pada perilaku radikal.

5. Status quo

Perilaku politik status quo yaitu perilaku masyarakat yang merasa sudah cukup puas dengan kondisi politik yang ada. Perilaku ini berusaha mempertahankan keadaan yang sudah ada tanpa ada perubahan.

Masalah Politik Di Indonesia

Masalah politik yang sedang hangat di Indonesia saat ini adalah persiapan akan dihelatnya pemilihan umum presiden di tahun 2019 mendatang. Selama proses menuju pemilihan umum, terdapat tiga isu yang menjadi sorotan yaitu isu identitas, isu ekonomi dan isu tenaga kerja. Saat ini Indonesia sedang dihadapkan pada dua pilihan calon presiden dan wakil calon presiden. Perbedaan pendapat antara satu sama lain tentunya menjadi hal wajar terjadi dalam dunia politik. Namun, yang perlu diperhatikan adalah bagaimana masyarakat Indonesia menyikapi perbedaan pendapat yang ada.

Masalah politik yang ada harus dicermati bagi tiap-tiap masyarakat untuk berusaha membuka pikirannya bahwa setiap pilihan dalam dunia politik pasti akan ada nilai positif dan negatif. Akan adapula beragam pendapat yang berbeda dengan pendapat kita. Oleh karenanya perlu adanya sikap mau menerima kekurangan dan

menerima pendapat orang lain, apabila pendapat lain memang lebih baik dan memberikan manfaat yang banyak bagi masyarakat.

Hal ini berkaitan dengan isu identitas, bagaimana identitas masyarakat tercermin dari pilihan mereka di dunia politik. Dimana kelompok mayoritas akan cenderung menang terhadap kelompok minoritas. Isu ekonomi menjadi bagian dari politik. Tidak dapat dipungkiri bahwa negara dapat terus berkembang dengan adanya pergerakan ekonomi. Saat ini keadaan ekonomi di Indonesia masih beragam, banyak orang yang mampu dengan penghasilan tinggi, disisi lain banyak masyarakat penghasilan rendah mengeluhkan lapangan kerja yang sedikit.