

**KOMUNIKASI POLITIK ETNIS MINORITAS
DALAM KETERPILIHAN ANGGOTA DPRD
PROVINSI SULAWESI BARAT
TAHUN 2019 - 2024**

OLEH

MUSRA AWALUDDIN

NIM: E033191004



**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**KOMUNIKASI POLITIK ETNIS MINORITAS
DALAM KETERPILIHAN ANGGOTA DPRD
PROVINSI SULAWESI BARAT
TAHUN 2019 – 2024**

Disertasi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Doktor

Program Studi Doktor
Ilmu Komunikasi

Disusun dan diajukan oleh

Musra Awaluddin
Nomor Pokok: E033191004

Kepada

**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

LEMBAR PENGESAHAN DISERTASI

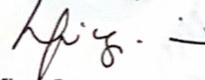
**KOMUNIKASI POLITIK ETNIS MINORITAS
DALAM KETERPILIHAN ANGGOTA DPRD
PROVINSI SULAWESI BARAT
TAHUN 2019 - 2024**

Disusun dan diajukan oleh

MUSRA AWALUDDIN
E033191004

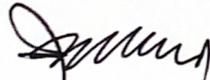
Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Doktor Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 4 Juli 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui
Promotor,



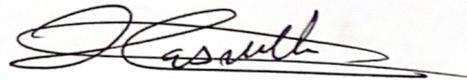
Prof Hafied Cangara, M.Sc. Ph.D.
NIP 195204121976031017

Ko. Promotor,



Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si
NIP 196201181987021001

Ko. Promotor,



Dr. Hasrullah, MA
NIP 196203071988111002

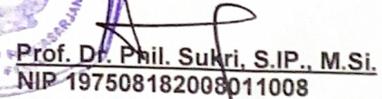
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Farid, M.Si.
NIP 196107161987021001



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,



Prof. Dr. Phil. Sukri, S.IP., M.Si.
NIP 197508182008011008

PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Musra Awaluddin

NIM : E033191004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa karya yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan salinan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan Disertasi ini adalah hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 2 Oktober 2024

Yang menyatakan



Musra Awaluddin

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah rabbil alamin, terima kasih ya Allah, Engkau masih menakdirkanku, merasakan nikmat-Mu, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir disertai sesuai target yang direncanakan. Disertasi berjudul "**Komunikasi Politik Etnis Minoritas Dalam Keterpilihan Anggota Dprd Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019 – 2024**". Ditulis sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Doktor pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Makassar.

Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat **Prof Hafied Cangara, M.Sc. Ph.D.** sebagai Promotor, **Prof .Dr.Andi Alimuddin Unde, M.Si** sebagai Ko-Promoto 1(satu), dan **Dr. Hasrullah, MA.** sebagai Ko-Promotor 2 (dua).

Yang istimewa sebagai pelengkap kesyukuran penulis, karena kehadiran keluarga tercinta Isteri dan anak-anak, Hj Nur Sehan,ST, Nabila Rifqah Awaluddin, Nadya Rafaylah Awaluddin, Nazwa Raisylah Awaluddin, yang menjadi penyemangat bagi penulis. Keluarga besar Alm H.Muhammad Muda / Almh Hj. Andi Salma tidak henti-hentinya melangitkan doa, agar penulis tetap dalam kondisi sehat.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc selaku Rektor Universitas Hasanuddin serta para pembantu Rektor Universitas Hasanuddin dan staf;
2. Bapak Prof. Dr. Phil, Sukri, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan staf;
3. Bapak Dr. Muhammad Farid, M.Si selaku Ketua Program Studi S3 Ilmu Komunikasi;
4. Bapak Dr. Muliadi Mau , S.Sos M.Si selaku tim penguji;
5. Bapak Dr. Arianto S.Sos ,M,Si, selaku tim penguji;
6. Para dosen pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin atas ilmu dan didikan serta motivasi yang diberikan selama proses perkuliahan;
7. Staf Sekretariat Pasca Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin;
8. Rekan-rekan mahasiswa S3 Ilmu Komunikasi tanpa terkecuali untuk persahabatan dan kebersamaan yang telah diberikan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa disertasi ini masih jauh dari sempurna, terdapat kekurangan dan kelemahan terutama dalam mendeskripsikan data penelitian dan menghubungkannya dengan teori yang relevan. Oleh karena itu, penulis membuka diri untuk menerima kritik dan masukan untuk memperkaya penulisan disertasi ini.

Terima kasih.

Makassar, Februari 2024

Musra Awaluddin

ABSTRAK

Judul Disertasi : KOMUNIKASI POLITIK ETNIS MINORITAS DALAM
KETERPILIHAN ANGGOTA DPRD PROVINSI SULAWESI
BARAT TAHUN 2019

Komunikasi dan politik adalah dua hal yang saling mempengaruhi pada wilayah Etnis Minoritas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan politik. Kemenangan Etnis Minoritas dari sebuah arena politik tidak terlepas dari gaya komunikasi, kemampuan membangun komunikasi dan strategi pendekatan persuasive yang dilakukan secara berkesinambungan.

Sebagai daerah yang heterogen, Provinsi Sulawesi Barat memiliki struktur kependudukan dimana etnis Mandar menempati pupulasi terbanyak yakni 49,15%, selebihnya adalah etnis Toraja (13,95%), Bugis (10,79%), Jawa (5,38%), Makassar (1,59%) dan lainnya (19,15%).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterwakilan etnis minoritas di DPRD propinsi Sulawesi Barat dalam konteks komunikasi politik, bagaimana etnis minoritas berkomunikasi dengan pemilih potensial, bagaimana mereka membangun pesan dan citra politik, serta tantangan dan peluang yang dihadapi dalam proses pemilihan legislatif.

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh secara langsung dari informan, dan data sekunder yang dikumpulkan dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik, buku, laporan, dan jurnal. Informan penelitian adalah dua belas anggota beretnis minoritas DPRD Provinsi Sulawesi Barat. Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis data Model Spiral. Untuk memastikan keabsahan data, dilakukan uji credibility, transferability, dependability, dan confirmability

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan personal, seperti komunikasi dari rumah ke rumah, dianggap paling efektif oleh sebagian besar anggota dewan. Namun, metode lain seperti penggunaan baliho, diskusi publik, dan selebaran atau kalender juga memiliki relevansi, tergantung pada demografi pemilih dan konteks lokal pemilih. Bahasa, baik lokal maupun nasional, digunakan sebagai instrumen penting dalam komunikasi, beberapa anggota dewan bahkan menggabungkan kedua bahasa tersebut. Selain itu, strategi komunikasi juga mencakup penggunaan media sosial, serta penekanan pada pesan yang inklusif yang menonjolkan kebersamaan, serta kepekaan terhadap bahasa dan adat setempat, menjadi kunci dalam memastikan pesan kandidat disampaikan oleh tim sukses dengan efektif. Di rekomendasikan model komunikasi melalui pendekatan personal melalui komunikasi dari rumah ke rumah, dengan menonjolkan ketokohan dan program yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan masyarakat, serta mengorganisir tim sukses dengan pembagian peran yang strategis dan alokasi sumber daya yang efisien untuk menjangkau pemilih dari latar belakang etnis yang beragam.

Kata Kunci: *Komunikasi Politik, Pemilihan Legislatif, Stategi Komunikasi, Etnis Minoritas*

ABSTRACT

Dissertation Title:

POLITICAL COMMUNICATION OF MINORITY ETHNIC GROUPS IN THE SELECTION OF LEGISLATIVE COUNCIL MEMBERS OF WEST SULAWESI PROVINCE IN 2019

Communication and politics are two interrelated aspects in the area of Ethnic Minorities, having a significant influence on political activities. The success of Ethnic Minorities in a political arena is not separate from their communication style, the ability to build communication, and the strategy of continuous persuasive approaches. As a heterogeneous area, the province of West Sulawesi has a demographic structure where the Mandar ethnicity occupies the largest population at 49.15%, followed by the Toraja (13.95%), Bugis (10.79%), Javanese (5.38%), Makassar (1.59%), and others (19.15%).

This study aims to understand the representation of ethnic minorities in the Provincial Legislative Council (DPRD) of West Sulawesi in the context of political communication, how ethnic minorities communicate with potential voters, how they build political messages and image, as well as the challenges and opportunities faced in the electoral process.

The researchers used qualitative research methods with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation. The data used consisted of primary data obtained directly from informants, and secondary data collected from various sources such as the Central Bureau of Statistics, books, reports, and journals. The research informants were twelve members of ethnic minorities in the West Sulawesi Provincial DPRD. The collected data was analyzed using the Spiral Data Analysis Model technique. To ensure the validity of the data, tests of credibility, transferability, dependability, and confirmability were conducted.

The research findings indicate that personal approaches, such as door-to-door communication, are considered most effective by the majority of council members. However, other methods like the use of billboards, public discussions, and leaflets or calendars also hold relevance, depending on the demographics of the electorate and the local context. Language, both local and national, serves as a vital instrument in communication, with some council members even combining both languages. Furthermore, communication strategies also encompass the use of social media, as well as an emphasis on inclusive messages that highlight unity, and sensitivity to local language and customs, which are key in ensuring that the candidate's message is effectively delivered by the campaign team. It is recommended to adopt a communication model through personal approaches via door-to-door communication, highlighting character and programs that are high-quality and relevant to the community's needs, and organizing a successful team with strategic role division and efficient resource allocation to reach voters from diverse ethnic backgrounds.

Keywords: *Political Communication, Legislative Election, Communication Strategy, Minority Ethnic Groups*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PENGESAHAN DISERTASI.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan Penelitian	14
C. Pertanyaan Penelitian	19
D. Tujuan Penelitian.....	19
E. Manfaat Penelitian.....	20
F. Signifikansi Penelitian	20
G. Nilai kebaruan (novelty) Penelitian.....	21
H. Limitasi dan Delimitasi Penelitian.....	23
BAB II KAJIAN LITERATUR.....	25
A. Teori – Teori Komunikasi Politik.....	25
B. Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik.....	32
C. Perencanaan Komunikasi	42
D. Strategi Komunikasi Politik.....	45
E. Etnis	59
F. Konsep Ras.....	61
G. De-rasialisasi: Menuju Universalisme	64
H. Kasus Politik Rasial.....	72
I. Teori Modal Sosial (<i>Social Capital Theory</i>).....	75
J. Penelitian Terdahulu	83
K. Kerangka Pikir.....	96
L. Definisi Operasional	97
M. Asumsi	100
BAB III METODE PENELITIAN.....	102
A. Pendekatan Penelitian	102
B. Fokus Penelitian.....	103
C. Lokasi Penelitian	105
D. Unit Analisis.....	107
E. Jenis Data Penelitian.....	108
F. Sumber Data Penelitian	108
G. Metode Pengumpulan Data.....	110
H. Teknik Analisa Data	113
I. Uji Keabsahan Data	115
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	118
A. Temuan Umum.....	118
B. Hasil Penelitian.....	129

1. Identitas Pribadi Informan (Pekerjaan, Suku, Waktu domisili, Pendidikan, Partai dan Biaya).....	129
2. Bentuk Komunikasi Politik.....	145
3. Strategi Komunikasi Politik.....	230
4. Bentuk Komunikasi yang Paling Efektif.....	273
C. Pembahasan.....	278
1. Identitas Pribadi (Pekerjaan, suku, Waktu domisili, Pendidikan, Partai dan Biaya).....	278
2. Bentuk Komunikasi Politik.....	280
3. Strategi Komunikasi Politik.....	301
4. Bentuk Komunikasi yang Paling Efektif.....	314
5. Model komunikasi efektif golongan minoritas (pendatang) dengan penduduk asli dalam keterpilihan mereka jadi anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat.....	315
BAB V PENUTUP.....	323
A. Kesimpulan.....	323
B. Saran.....	325
C. Implikasi.....	326
DAFTAR PUSTAKA.....	328
LAMPIRAN.....	334

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Persentase Etnis Provinsi Sulawesi Barat	16
Tabel 2	Matriks Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Hasil Kajian Disertasi ini	92
Tabel 3	Matriks Informan Penelitian.....	109
Tabel 4	Perolehan Suara Masing - Masing Calon Anggota Dprd Provinsi Sulawesi Barat Hasil Pemilu 2019	123
Tabel 5	Nama-Nama Anggota Dprd Propinsi Sulawesi Barat Dari Etnis Minoritas	126
Tabel 6	Data Anggota DPRD Periode 2019-2024 Kabupaten Provinsi Sulawesi Barat yang berasal dari Etnis Minoritas.....	127
Tabel 7	Identitas Pekerjaan Informan sebelum terpilih	130
Tabel 8	Tingkat Keaktifan dalam Penguyuban Etnis Minoritas Provinsi Anggota DPRD Propinsi Sulawesi Barat.....	132
Tabel 9	Lama Menetap di Sulbar oleh Informan	135
Tabel 10	Tingkat Pendidikan Anggota DPRD Prop. Sulawesi Barat yang berasal dari Etnis Minoritas	136
Tabel 11	Pengalaman Partai Politik Anggota DPRD	137
Tabel 12	Wawancara Anggota Dewan Etnis Minoritas Provinsi Sulawesi Barat Indikator Biaya Politik.....	142
Tabel 13	Penggunaan Komunikasi antarpribadi oleh Anggota DPRD.....	147
Tabel 14	Penggunaan metode komunikasi dari mulut ke mulut oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas.....	149
Tabel 15	Penggunaan Metode Komunikasi dari Rumah Ke Rumah oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	152
Tabel 16	Efektivitas Penggunaan Metode Kunjungan Dari Rumah Kerumah Oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	155
Tabel 17	Penggunaan Metode Komunikasi FGD oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	159
Tabel 18	Tingkat kesukaajn Penggunaan Metode Komunikasi FGD oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari ethis Minoritas.....	162
Tabel 19	Penggunaan Metode Komunikasi Kelompok Model Arisan oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	165
Tabel 20	Tingkat Efektivitas Penggunaan Metode Komunikasi Kelompok Model Arisn oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas... ..	167
Tabel 21	Penggunaan Metode Komunikasi Kelompok Model Panguyuban oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	168
Tabel 22	Penggunaan Narasi dan Diksi oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	173
Tabel 23	Penggunaan Bahasa Khusus dalam Retoriukan oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas.....	179
Tabel 24	Penggunaan Rumah Ibadah dalam kampanye oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas.....	182
Tabel 25	Pewnggunaan Baliho dalam Kampanye oleh	186

Tabel 26 Tingkat Pengaruh Media Baliho dalam mempengaruhi pemilih menurut Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	190
Tabel 27 Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk iklan politik oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas.....	195
Tabel 28 Penggunaan Media Cetak untuk Kampanye oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	199
Tabel 29 Kehadiran sebagai Nara sumber dalam acara Talk Show oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	201
Tabel 30 Kehadiran Memenuhi Undangan Diskusi dengan konstituen oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	203
Tabel 31 Penggunaan Selebaran sebagai alat kampanye oleh.....	206
Tabel 32 Penggunaan media Kelendewr sebagai alat kampanye	208
Tabel 33 Penggunaan Bahasa Lokal dalam berkampanye oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas.....	211
Tabel 34 Pendapat tentang pentingnya penggunaan bahasa lokal oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	213
Tabel 35 Integrasi antar etnis lewat perkawinan menurut pengalaman dan pengamatan Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	218
Tabel 36 Pengaruh perkawinan Antaretnis terhadap keterpilihan menurut Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	219
Tabel 37 Penggunaan Media Sosia sebagai alat kampanye oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas.....	224
Tabel 38 Penggunaan Media Blog/Website sebagai alat kampanye oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	227
Tabel 39 Penggunaan Iklan Profil sebagai alat kampanye oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas.....	229
Tabel 40 Model Tim Sukses dalam Kampanye oleh.....	231
Tabel 41 Penggunaan Trik Khusus dalam menetralsir isu etnis	236
Tabel 42 Penggunaan narasi propaganda dalam Kampanye.....	240
Tabel 43 Penggunaan Pesan Tagline dalam kampanye	243
Tabel 44 Penggunaan Isu etnis dalam Kampanye oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	246
Tabel 45 Cara Membangun Keperdayaan Publik terhadap kepemimpinan para Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	248
Tabel 46 Cara Membangun kepercayaan Publik terhadap Kecerdasan para Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	251
Tabel 47 Cara membangun Pergaulan dengan warga	256
Tabel 48 Media yang digunakan sebagai bahan kampanye.....	260
Tabel 49 Pemetaan Prioritas Kelompok Sasaran Kampanye	263
Tabel 50 Penyediaan Fasilitas tertentu untuk menarik suara pemilih.....	266
Tabel 51 Pengaruh Money Politics dalam menarik pemilih menurut	269
Tabel 52 Bentuk Komunikasi Paling efektif dalam berkampanye menurut Oleh Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dari Etnis Minoritas	274

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram hubungan unsur dalam komunikasi politik.....	29
Gambar 2 Kerangka Pikir.....	96
Gambar 3 Teknik Analisis Data Model Spiral.....	114
Gambar Gambar 4 Model Komunikasi Efektif Golongan Minoritas (pendatang) Anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat.....	322

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemilu 2019 mencatat sejarah baru dalam perpolitikan di Indonesia, bahwa pelaksanaan pemilu yang dilakukan secara bersamaan antara memilih Presiden dan Wakil Presiden serta anggota legislatif untuk semua tingkatan merupakan hasil amanah keputusan MK No. 14/PUU-XI/2013. Pemilih diberikan hak untuk memberikan hak pilihnya terhadap seluruh peserta pemilu yang tertuang dalam 5 lembar kertas suara, yakni kertas suara Presiden dan Wakil Presiden, kertas suara Anggota Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD-RI), kertas suara Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI), kertas suara Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Republik Indonesia (DPRD-RI) DPRD Provinsi dan kertas suara anggota DPRD Kabupaten/Kota.

Pelaksanaan pemilu menuntut setiap peserta untuk dapat membuat inovasi atau terobosan positif yang dapat berguna bagi masyarakat. Melalui sosialisasi yang dilakukan oleh peserta pemilu, maka masyarakat akan dapat lebih mengenal sosok dari setiap kontestan yang berkompetisi. Pemilu semestinya menjadi sarana dalam menyampaikan gagasan-gagasan besar dalam membangun Indonesia pada umumnya, dan di daerah pemilihan Anggota Legislatif dan Eksekutif pada khususnya. Termasuk bagaimana para peserta pemilu di Provinsi Sulawesi Barat mampu melakukan sosialisasi kepada masyarakat terkait keberadaan dirinya sebagai peserta pemilu sebagai bentuk sosialisasi politik yang erat kaitannya dengan Komunikasi politik.

Teori komunikasi politik lazim dikaitkan dengan pembicaraan politik atau penyampaian pesan politik verbal maupun nonverbal yang dapat mempengaruhi rakyat maupun pemerintah dalam suatu sistem politik atau secara sederhana dapat disebut bahwa komunikasi politik adalah penyampaian pesan yang bermuatan politik dari suatu sumber kepada penerima untuk menciptakan pemahaman makna

bersama. Tidak satupun aktifitas manusia yang tidak mengandung aktifitas komunikasi.

Komunikasi tidak hanya yang disengaja, tetapi juga yang tidak disengaja. Namun, setiap aktifitas komunikasi pasti memiliki tujuan. Untuk mengefektifkan tujuan. Bahwasanya, komunikasi perlu pengetahuan dan keterampilan khusus. Bahkan, komunikasi yang baik adalah komunikasi yang menadapatkan respon (feedback) positif dari pendengar.

Berangkat dari dua konsep, yaitu komunikasi dan politik, maka dicermati bahwa dua konsep tersebut tidak bisa dipisahkan meskipun keduanya merupakan dua disiplin ilmu yang berbeda. Komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam dimensi politik dan keduanya saling mengisi.

Untuk mewujudkan tujuan politik, komunikasi mempunyai peranan yang penting sebagai instrumen penghubung dalam aktivitas politik. Komunikasi politik telah menjadi pembahasan menarik bagi banyak orang terkhusus di era revolusi industri 4.0. Dimana diketahui bahwa berkembangnya industri media cetak, televisi, gadget, sosial media dan meningkatnya aktifitas *online* menjadikan aktifitas komunikasi menjadi penting dalam proses politik.

Hubungan komunikasi dan politik dapat dilihat pada fenomena politik pada tahun 1960, kala itu untuk pertama kali debat kandidat presiden Amerika Serikat dipertontongkan di publik melalui media televisi dengan nama acara *The Great Debates*, yang kala itu antara John F Kenedy dan Richard Nixon. Kala itu publik Amerika Serikat disuguhi debat antara calon presiden mereka yang ditayangkan langsung melalui media televisi. Penampilan yang begitu tenang dan berwibawa serta kemampuan mengartikulasikan programnya secara tepat, membuat Kennedy unggul dalam persaingan dan akhirnya terpilih menjadi presiden.

Secara kapasitas, Nixon lebih unggul dari segi pengalaman dibandingkan Kennedy, karena berstatus sebagai wakil presiden sebelumnya, yaitu pada masa presiden Dwight Eisenhower. Sementara Kennedy, saat terpilih menjadi presiden baru berusia 43 tahun, serta baru menjabat sebagai senator dari negara bagian Massachussets salah satu negara bagian yang minoritas, selama tujuh tahun. Tetapi hasil berkata lain, betapa berpengaruhnya aktifitas komunikasi dalam tayangan televisi saat debat terhadap tingkat popularitas, termasuk peningkatan dari sisi elektoral seorang calon.

Politik tidak hanya soal kemampuan mengatur negara atau membuat kebijakan publik tetapi membutuhkan skill komunikasi khususnya yang disebut komunikasi politik, (Efrisa & Jerry, 2018). Media dalam hal ini membantu mendesiminasikan hal itu kepada masyarakat, sekaligus mempengaruhi sikap politik publik. Berdasarkan fenomena politik tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun seorang tokoh politik dari kalangan minoritas, memiliki tingkat popularitas yang rendah, aksesibilitas yang kurang juga bisa memenangkan pertarungan dalam kontektasi politik, jika mampu menampilkan kehebatan komunikasi dan memanfaatkan media untuk kemudian menonjolkan kualitas dirinya dan merebut simpati publik.

Disisi lain, tujuan politik dalam sistem politik, tidak akan tercapai tanpa diikuti kegiatan komunikasi terlebih dahulu. Begitu juga sebaliknya, komunikasi akan berproses pada tujuan politik, apabila pesan yang disampaikan mengandung makna yang sama pada orang yang mengikuti arus politik.

Bambang Setiawan berpendapat “komunikasi politik adalah proses penyampaian pendapat, sikap dan tingkah laku orang-orang, Lembaga-lembaga atau kekuatan-kekuatan politik dalam rangka mempengaruhi pengambilan keputusan politik, sedangkan yang dimaksud dengan politik tidak lain adalah kehidupan bernegara”, Setiawan (1990).

Lebih lanjut, Nimmo menegaskan bahwa “komunikasi politik merupakan komunikasi yang mengacu pada kegiatan politik”, (Nimmo, 2006)

Dengan demikian komunikasi politik adalah semua kegiatan bernuansa politis yang dilakukan oleh para aktor politik dalam berkompetisi pada Pemilihan Umum (Pemilu). Untuk itu komunikasi politik adalah faktor yang sangat berpengaruh terhadap kemenangan suatu kandidat di suatu arena politik.

Sementara Hafied Cangaram (2014), Dalam Komunikasi Politik (Konsep, Teori Dan Strategi). Hafied Cangara menyebutkan, membuat definisi komunikasi politik lebih menekankan kepada simbol-simbol atau pesan yang disampaikan dalam

komunikasi politik secara signifikan dibentuk atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik, (Cangara, 2014)

Hubungan antara komunikasi dan politik, menurut Panuju dapat diuraikan dalam tiga bahasan: **Pertama**, Memandang gejala komunikasi sebagai variabel bebas (*independent variable*) yang justru menjadi penyebab bagi gejala politik, seperti bagaimana pers di negara-negara maju punya andil besar dalam mempengaruhi pengambilan keputusan politik. **Kedua**, memandang gejala komunikasi sebagai akibat dari perlakuan politik, jadi politiklah yang dianggap menentukan. **Ketiga**, memandang gejala komunikasi dan politik sebagai interaksi yang kompleks, sehingga membutuhkan pendekatan (perspektif) yang khusus, (Panuju 1997).

Demikian juga dalam literatur ilmu politik, menurut Sanit dalam (Suwardi dkk, 2002). Komunikasi diperlukan sebagai salah satu variabel yang menentukan proses politik, lebih jauh Sanit mengemukakan bahwa:

”Efektif dan demokratis tidaknya komunikasi, merupakan persyaratan bagi berlangsungnya fungsi-fungsi kehidupan politik untuk mengembangkan diri dan sekaligus bekerja menanggulangnya. Komunikasi politik pada khususnya menjembatani perbedaan atau konflik visi, ideologi, dan atau kepentingan diantara para pembuat kebijakan publik dan diantara mereka dengan publik sehingga dapat disepakati alternatif solusi masalah yang dianggap tepat. Dengan begitu problem pembangunan politik dipahami lewat pengaruh pola dan proses komunikasi yang dimanfaatkan oleh para pemain politik itu sendiri”.

Berdasarkan pendapat tersebut disinyalir bahwa komunikasi politik menjadi solusi atas perbedaan dan konflik visi, ideologi, kepercayaan dalam sistem politik. Sistem politik adalah suatu mekanisme kerja yang terdiri dari input, proses, output untuk mencapai tujuan politik. Jika salah satu bagian mengalami masalah, seperti halnya masalah perbedaan dan konflik kepentingan, maka akan menghambat tercapainya tujuan-tujuan politik. Untuk itu menurut Panuju, komunikasi politik adalah

solusi terbaik untuk menghindari konflik, dengan adanya komunikasi politik maka perbedaan dan kepentingan bisa diselaraskan.

Perspektif lain Greber dalam Slamet menjelaskan, pentingnya komunikasi dalam proses perebutan kekuasaan Greber berpendapat bahwa :

“Sebagian besar aktivitas politik adalah permainan kata-kata. Politisi berhasil meraih kekuasaan karena keberhasilannya berbicara secara persuasif kepada para pemilih dan kepada elit politik”, (Slamet, 2020)

Mengacu dari pendapat Greber, disimpulkan bahwa politisi berhasil terpilih dan meraih kekuasaan tidak lain karena faktor komunikasi politik melalui permainan kata-kata yang baik. Untuk itu seorang politisi, memang penting untuk menguasai ilmu komunikasi politik, baik dari segi teori ataupun praktik.

Menurut Arriane bahasa politik (bahasa yang digunakan dalam konteks politik) dan apa yang membuat bahasa verbal maupun nonverbal menjadi politisi bukanlah karena bentuk atau kosa kata, melainkan karena substansi informasi yang dihadirkan, setting dimana informasi yang disebarkan maupun karena fungsi yang dijalankan (Arriane, 2009). Sementara itu, Schacter dalam Fisher, dengan tegas menulis bahwa komunikasi adalah mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan. (Fisher et al 1986). Begitu juga dengan arti komunikasi sebagai proses, Jurgen Habermas dalam Slamet mengartikan komunikasi sebagai proses perebutan pengaruh yang paling demokratis (Slamet 2020). Berdasarkan pendapat Habermas ini bahwa kegiatan berkomunikasi merupakan kegiatan berpolitik yang demokratis dalam sistem pemilu. Untuk itu, dalam proses pemilu yang demokratis komunikasi menjadi penting untuk menyampaikan pesan-pesan yang positif untuk kemajuan sistem demokrasi. Bahkan menurut Shacter dalam Fisher dengan tegas mendefinisikan komunikasi sebagai mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan (Fisher et al, 1986).

Selanjutnya Susanto melanjutkan definisi Hebermas diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya melalui sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik (Susanto, 1995).

Berdasarkan uraian konsep dari beberapa ahli disimpulkan bahwa komunikasi dan politik adalah dua hal yang saling mempengaruhi. Komunikasi politik oleh aktor memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan politik. Kemenangan aktor dari sebuah arena politik tidak terlepas dari gaya komunikasi, kemampuan membangun komunikasi dan strategi pendekatan *persuasive* yang dilakukan secara berkesinambungan. Untuk itu keberhasilan suatu pemerintahan tidak terlepas dari kemampuan seorang pemimpin dalam membangun komunikasi. Begitu pun dengan keterpilihan seorang kandidat tidak terlepas dari bagaimana mengkomunikasikan dirinya, kemampuannya, visi-misinya, dan tujuan politiknya untuk mempengaruhi pilihan masyarakat. Hal ini dipertegas oleh Cangara (2014) bahwa Komunikasi politik memiliki beberapa tujuan penting antara lain, untuk membentuk citra politik yang baik dalam masyarakat, menciptakan *public opinion* atau pendapat umum, dan untuk ikut dalam pemilihan umum serta untuk mempengaruhi kebijakan-kebijakan publik dalam segala segi kehidupan berbangsa dan bermasyarakat.

Selain kemampuan komunikasi yang dimiliki oleh kandidat dalam suatu arena politik, identitas etnik juga sangat berpengaruh dalam keterpilihan suatu kandidat dalam pemilihan legislatif. Slamet, (2019), dalam temuan penelitiannya menegaskan bahwa identitas politik penting untuk meyakinkan pemilih dalam kontestasi pemilihan dengan identitas politik melalui simbol-simbol politik dengan retorika verbal dalam menghadapi konstituen baik secara langsung maupun tidak langsung. (Lampe, 2014) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa identifikasi diri sebagai bagian dari etnik lokal

atau sebaliknya sebagai etnik pendatang sangat penting dalam konteks politik lokal saat ini. Simbol-simbol etnik menjadi salah satu bagian penting dalam proses interaksi antara masyarakat yang berbeda etnik. Simbol-simbol dan atribut etnik menjadi pembeda bagi siapa saja dalam interaksi sosial, termasuk dalam hal bagaimana seseorang menjalani peran-peran politik. Namun dalam praktik pelaksanaan politik di Indonesia selalu berujung pada konflik etnisitas yang berujung pada konflik SARA.

Politik etnis merupakan sebuah penandaan aktivitas politis dalam pengertian yang lebih luas dan teorisasi terhadap ditemukannya pengalaman-pengalaman ketidakadilan yang dialami bersama anggota-anggota dari kelompok sosial tertentu. Politik etnis bukan hanya pengorganisasian secara mandiri dalam ruang lingkup ideologi atau afiliasi kepartaian, ia lebih cenderung melakukan emansipasi atau pembebasan dari situasi keterpinggiran yang secara spesifik mencakup konstituensi (keanggotaan) dari kelompok dalam konteks yang lebih luas. Politik etnis lebih merupakan sebuah tindakan atau kebijakan politis yang mencoba membangun kesamaan di antara para anggotanya dan membangun perbedaan sebagai garis demarkasi dengan kelompok atau lembaga lainnya.

Pertanyaannya kemudian, kenapa sebuah kelompok merasa perlu membangun identitas diri dan kelompoknya? Terkait dengan persoalan ini, maka secara implisit diketahui bahwa Politik etnis sejatinya muncul karena persoalan eksistensi. Persoalan eksistensi muncul biasanya ada di dalam kelompok minoritas. Sebab, tantangan minoritas sebenarnya adalah bagaimana mereka tetap eksis di hadapan superioritas kelompok mayoritas. Karena itu, Politik Etnis sejatinya merupakan bagian strategi yang dilakukan oleh kelompok minoritas untuk mempertahankan eksistensinya di hadapan kelompok mayoritas. Mobilisasi identitas

sebagai sebuah gerakan politik ini, menurut Klinken, dikonstruksi melalui ekonomi dan politik lokal.

Politik Etnis juga bukan cuma mencuak di Indonesia melainkan juga marak terjadi di Amerika Serikat sebagai barometer negara demokrasi di dunia. Persaingan antara kulit hitam dan kulit putih dalam pemilihan walikota dan kongres dan senator menjadi isu politik identitas minoritas vs mayoritas yang tidak akan pernah selesai di Amerika Serikat. Pertentangan antara kulit hitam dan kulit putih di Amerika tidak hanya terjadi dalam ranah politik melainkan juga terjadi di ranah sipil atau pada birokrasi pemerintahan. Dimana masyarakat kulit hitam sebagai minoritas kerap kali mendapat kekerasan massal dan diskriminasi politik yang dilakukan oleh pemerintah ataupun masyarakat kulit putih sebagai masyarakat minoritas.

Selain di Amerika Politik etnis juga mencuak di Afrika Selatan, bahkan jauh lebih parah dari apa yang terjadi di Afrika Selatan. Politik etnis yang terkenal di Afrika Selatan adalah penerapan sistem politik apartheid yang begitu kontroversial dan bahkan membuat negara ini dikucilkan dalam pergaulan internasional. Secara harfiah apartheid berarti “pemisahan” yang dalam konteks politik Afrika Selatan term ini diterapkan dalam sebuah sistem politik yang diskriminatif didasarkan atas perbedaan rasial. Kelompok kulit hitam mayoritas di tempatkan dalam posisi sosial yang lebih rendah dengan hak-hak politik yang lebih minim pula. Ideologi ini tentu berimbas pada posisi ekonomi dan pendidikan kaum kulit hitam mayoritas yang seolah-oleh menjadi warganegara “kelas dua” dibawah minoritas kulit putih yang menguasai politik dan ekonomi. Ideologi “pemisahan” ini secara praktis diturunkan dalam berbagai bentuk kebijakan yang sangat diskriminatif seperti The Group Areas Act yang dilansir tahun 1950 berisi tentang pemisahan secara fisik area tempat tinggal antara kulit putih

dengan kulit hitam serta unsur rasial lainnya dalam masyarakat seperti keturunan India dan China (Peter Bouckaert, South Africa)

Yang berbeda praktik Politik Etnis di Amerika dengan di Afrika Selatan adalah di Amerika mayoritas kulit putih yang mendiskriminasi minoritas, kalau di Afrika justru minoritas kulit putih yang mendiskriminasi mayoritas kulit hitam. Hal ini dipengaruhi oleh akses kekuasaan dari setiap golongan dan dominasi etnis di struktur kekuasaan.

Salah satu studi mengenai gambaran praktik Politik etnis antara kulit hitam dan kulit putih di Amerika Serikat yang dilakukan oleh Lawrence Bobo dan Franklin D. Gilliam Jr, Anirudh VS Ruhil, Melissa J. Marschall (1990).

Pitts David (2005), dalam penelitiannya menemukan bahwa ketika kulit hitam menjadi Walikota dapat meningkatkan partisipasi politik lebih meningkat dan tingkat kepercayaan politik yang lebih tinggi di antara orang kulit hitam. Lain halnya jika kulit putih yang menjadi walikota, partisipasi politik dan tingkat kepercayaan kulit hitam jauh lebih rendah.

Selain itu, Nelson & Meranto (1977) dalam penelitiannya menemukan bahwa di Amerika Serikat ketika kulit hitam menjadi walikota memiliki kekuasaan yang terbatas yang disebabkan kurangnya kekuatan dan dukungan institusional. Fenomena ini terjadi hampir sebagian besar kota dari 23 kota yang diteliti oleh Preston dan Nelson.

Hal yang berbeda yang ditemukan oleh Keller (1978) dalam penelitiannya terkait dengan praktik Politik etnis di Amerika Serikat yang berhubungan dengan implementasi kebijakan. Keller menemukan bahwa walikota kulit hitam menghabiskan lebih banyak kebijakan yang berhubungan dengan kesejahteraan daripada walikota kulit putih, hal ini terjadi karena berkaitan dengan kepentingan konstituen minoritas kaum miskin kulit hitam sebagai etnis afrika-amerika. Namun struktur kelembagaan yang mayoritas di dominasi kulit putih membatasi tindakan walikota pada kebijakan

yang relevan dengan orang kulit hitam dan upaya mereka untuk membuat kebijakan tersebut permanen. Jadi pada proses perumusan kebijakan juga terjadi praktik kepentingan antara etnis kulit hitam dan kulit putih di Amerika Serikat. Temuan Keller ini menunjukkan bahwa beberapa walikota kulit hitam telah mampu membuat perubahan substantif bagi penduduk Afrika-Amerika dalam batasan formal kantor walikota

Politik Etnis dalam hubungan dengan pemilihan legislatif di Amerika Serikat Perry (2013) dalam penelitiannya dengan jelas menemukan bahwa perwakilan kongres Afrika - Amerika lebih aktif mewakili kepentingan kulit hitam daripada anggota Kongres kulit putih. Ilmu tentang representasi politik menunjukkan, bahwa politisi kulit hitam lebih sering secara aktif mengejar kepentingan orang kulit hitam daripada politisi kulit putih. Kulit hitam akan mengejar kepentingan kulit hitam ketika konstituennya kulit hitam adalah minoritas. Politisi kulit hitam yang membutuhkan dukungan Kulit Putih, para politisi kulit hitam yang berusaha untuk menekankan kesamaan ras, mereka yang berusaha untuk mewakili orang kulit putih dan juga orang kulit hitam.

Hal yang sama juga ditemukan dalam studi perilaku komunikasi politik anggota DPRD Kota Palu yang disebut dengan tindakan yang dikomunikasikan baik berupa atribut etnik, simbol-simbol komunikasi (verbal dan nonverbal), bahasa, setting komunikasi dalam mengungkapkan identitasnya dalam konteks relasi sosial dan politik yang dilakukan oleh Ilyas Lampe (2010).

Penelitian ini menemukan Anggota DPRD Kota Palu yang berasal dari beragam etnik, mengidentifikasi identitas etnik mereka dalam komunikasi politik sesuai dengan konteks ruang dan waktu. Pada saat tertentu, ketika berinteraksi dengan sesama etnik, maka identitas yang melekat seperti asal suku dan agama dengan tegas ditonjolkan. Hal ini berkaitan dengan upaya pengelolaan kesan

(*impression management*) anggota DPRD dalam mencapai kepentingan mereka baik kepentingan pribadi, kelompok, partai asal dan atas nama kepentingan rakyat. Dalam hal penggunaan identitas etnik, terdapat ciri yang menunjukkan apa yang disebut Barth sebagai etnik situasional dan manipulasi identitas etnik. Mereka yang selama ini disebut sebagai “pendatang” berusaha untuk menyesuaikan diri dengan menggunakan identitas penduduk asli seperti berusaha mempelajari bahasa daerah Kaili dan menggunakan pakaian adat lokal pada acara-acara tertentu. Sehingga penonjolan identitas sebagai “orang Palu” dilakukan dalam komunikasi politik baik kepada politisi maupun khalayak yang berasal dari etnik asli atau putra daerah.

Pada sisi lain, umumnya mereka masih memelihara keterikatan dengan identitas etnik dengan identitas awal, misalnya dengan ikut dalam organisasi paguyuban kedaerahan asal mereka, hal yang justru mempertegas identitas sebagai pendatang. Penggunaan beragam identitas tersebut juga dilakukan sesuai konteks dan waktu yang mereka anggap dapat memberikan keuntungan politik, penerimaan sosial dan budaya.

Selain itu dalam studi yang dilakukan oleh Dea Rizky Amalia (2019), melakukan penelitian tentang penggunaan Politik Etnis pada keterpilihan kandidat pada pemilihan legislatif. Menunjukkan bahwa modal budaya (agama), modal sosial (jaringan) dan modal ekonomi (materi), faktor utama penentu kemenangan kandidat pada pemilihan legislatif.

Berdasarkan studi-studi terdahulu Lawrence et al (2013), Preston & Nelson (2013), Keller (2013), dan Perry (2013) diperoleh gambaran mengenai praktik Politik Etnis dan Politik Minoritas di Amerika Serikat dan di Afrika Selatan. Gambaran tersebut juga mencerminkan praktik Politik Etnis dan eksistensi minoritas di Indonesia. Seperti misalnya, penelitian Lawrence Bobo dan Franklin D. Gilliam Jr, Anirudh Ruhil,

Melissa J. Marschall 2013 menemukan korelasi antara walikota terpilih dengan tingkat partisipasi politik dan tingkat kepercayaan politik kelompok minoritas. Hal ini juga ditemukan oleh Preston, Nelson bahwa ketika minoritas menjadi Walikota, maka dukungan politik dari lembaga legislatif melemah. Sementara Keller menemukan bahwa Walikota Kulit Hitam menghabiskan lebih banyak kebijakan yang berhubungan dengan kesejahteraan daripada Walikota Kulit Putih.

Sementara dalam penelitian Ilyas Lampe (2010), Dea Rizky Amalia (2019) diperoleh gambaran mengenai penggunaan identitas etnik, dan manipulasi identitas etnik. Bagaimana komunikasi politik bagi “pendatang” berusaha untuk menyesuaikan diri dengan menggunakan identitas penduduk asli seperti berusaha mempelajari bahasa daerah Kaili dan menggunakan pakaian adat lokal pada acara-acara tertentu. Sehingga penonjolan identitas sebagai “orang Palu” dilakukan dalam komunikasi politik, baik kepada politisi maupun khalayak yang berasal dari etnik asli atau putera daerah.

Sementara melalui penelitian Dea Rizky Amalia menjelaskan, tentang pengaruh modalitas politik dalam kemenangan kandidat dalam pemilihan legislatif.

Dari beberapa penelitian yang telah diuraikan diatas nampak bahwa perhatian para peneliti mengenai Politik Etnis berupaya menemukan hubungan antara etnis minoritas dengan etnis mayoritas. Sementara itu, para penelitian lain fokus pada penggunaan identitas etnik serta modalitas politik untuk memenangkan pemilihan legislatif. Namun dari itu, semua belum nampak adanya suatu penelitian adanya penelitian tentang model komunikasi etnis minoritas yang efektif di daerah etnis mayoritas untuk memenangkan pemilihan legislatif. Oleh karena itu, jika marak terjadi konflik etnisitas saat pemilu berlangsung ada kemungkinan karena kesalahan

komunikasi politik yang dilakukan oleh etnis minoritas terhadap etnis mayoritas atau sebaliknya.

Di era revolusi industri 4.0 dengan kemajuan teknologi dan informasi aktivitas komunikasi politik berpindah ke ranah sosial media seperti Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp, Twitter dan lainnya. Dari perubahan aktivitas komunikasi ini, dituntut untuk adanya model komunikasi efektif bagi politisi untuk melakukan pendekatan kepada masyarakatnya. Terkhusus untuk daerah yang heterogen yang memiliki banyak etnis dan suku maka pendekatan kedaerahan menjadi penting untuk dilakukan guna menghindari konflik etnisitas dalam pemilu.

Indonesia yang terdiri dari berbagai golongan, suku dan etnik, senantiasa berada di bawah bayang-bayang konflik etnik dan kelompok. Wacana mayoritas versus minoritas belakangan juga sering mengemuka.

Penelitian ini mencoba menggunakan etnis minoritas keranah komunikasi politik yang mampu memperoleh kedudukan politik di legislatif melalui pendekatan politik etnis. Terjadinya politik apartheid di Afrika Selatan, segregasi etnis di Bosnia oleh Serbia, dan pengusiran etnis Rohingya di Myanmar merupakan di antara sekian contoh dari maraknya politik etnik dan rasialisme di era modern.

Nilai-nilai kemanusiaan, HAM dan demokrasi yang menjadi wacana utama modernisasi ternyata tidak cukup ampuh untuk menghapus praktik politik rasial dan etnisitas tersebut. Dari banyaknya konflik sosial yang dilatarbelakangi oleh persoalan etnik tersebut kemudian seolah membenarkan asumsi Weber yang salah satunya adalah konflik sosial terjadi, antara lain disebabkan oleh sengketa dan kesenjangan Politik Etnis dimana ketika satu etnik berusaha mengambil keuntungan simbolis dari etnik lainnya.

Seorang politisi juga menghadapi situasi yang sama dalam interaksi mereka dengan masyarakat. Aktifitas komunikasi politik sebagai kunci keberhasilan seseorang untuk meraih sukses dalam peran politik dan tentu saja harus menggunakan identitas etnik tersebut untuk memperluas penerimaan masyarakat tanpa terlibat dalam konflik etnisitas. Dalam dimensi lokal maupun global sudah terlalu banyak aktifitas politik etnis yang berujung pada konflik.

Praktik komunikasi politik dengan menggunakan simbol etnik kerap terjadi pada daerah yang heterogen. Hal tersebut dapat kita lihat pada kontestasi politik di tingkat lokal pada beberapa pemilukada di provinsi, kabupaten dan kota yang selalu menyita perhatian karena persaingan yang melibatkan simbol-simbol etnisitas baik agama, suku, pribumi dan pendatang. Simbol-simbol tersebut kerap dijadikan isu-isu komunikasi politik para calon yang bersaing, baik dalam jabatan politik seperti eksekutif (gubernur, bupati, walikota) dan legislatif (DPR Kabupaten, Kota dan Provinsi)

B. Permasalahan Penelitian

Indonesia sebagai negara yang multi etnis dan multikultural. Sampai saat ini tercatat lebih dari 500 etnis yang menggunakan lebih dari 250 bahasa. Masing-masing etnis tersebut tidak berdiri sebagai etnis tertutup dan independen tetapi saling berinteraksi satu sama lain dan saling bergantung. Berdasarkan kenyataan ini Indonesia memang menumbuhkan suburkan praktik politik etnisitas yang berujung pada praktik konflik etnisitas baik ditingkat nasional maupun ditingkat lokal. Lampe dalam penelitiannya menemukan, bahwa praktik pelaksanaan politik lokal di Indonesia selalu berujung pada konflik etnisitas yang berujung pada konflik sara.

Dalam perkembangannya baik politik lokal maupun dalam politik global, politik etnis justru diambil alih oleh beberapa kelompok mayoritas untuk mengukuhkan dominasi kekuasaannya. Etnis kelompok mayoritas ini dieksploitasi demi melanggengkan kekuasaan. Sentimen etnik sebagai bagian dari sistem politik etnis yang dimainkan oleh kelompok dominan ini bertujuan menyingkirkan kelompok-kelompok lain yang dipandang bertentangan dengan kepentingan dan tujuan politik kelompok dominan itu sendiri.

Politik etnis adalah tentang strategi minoritas. Kelompok minoritas membutuhkan strategi tertentu untuk bisa bertahan di tengah kelompok-kelompok mayoritas. Saat kelompok minoritas hidup di tengah-tengah mayoritas, maka yang menjadi persoalan adalah ketika mereka (kelompok minoritas) itu berada dalam hubungan yang tidak harmonis dan berada dalam bayang-bayang konflik dengan kelompok lain yang lebih besar. Hal ini kemudian bisa menjadikan kelompok minoritas selalu dibayang-bayangi teror dan ketidak amanan (unsecured). Dalam konteks pemahaman ini, maka kelompok minoritas senantiasa berada di dalam posisi yang tidak menguntungkan ketika berhadapan dengan kelompok mayoritas dalam kaitannya dengan alokasi dan distribusi nilai-nilai otoritatif tersebut untuk memberikan keuntungan bagi kelompoknya.

Provinsi Sulawesi Barat salah satu daerah di Indonesia yang sangat heterogen, sehingga penggunaan simbol etnis khususnya ke sukuan pada penyelenggaraan Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pemilukada) dan Pemilihan Legislatif (Pileg) sangat kental terjadi. Ragamnya etnis di Provinsi Sulawesi Barat menumbuh suburkan praktik penggunaan politik etnis. Adapun sebaran etnis di Provinsi Sulawesi Barat sebagai berikut.

Tabel 1 Persentase Etnis Provinsi Sulawesi Barat

No	Suku	Persentase
1	Mandar	49,15 %
2	Toraja	13,95 %
3	Bugis	10,79 %
4	Kaili	5,50 %
5	Jawa	5,38 %
6	Makassar	1,59 %
7	Tionghoa	1,05 %
8	Suku Lainnya	12,15 %

Sumber: Wikipedia, 2020

Berdasarkan data etnis Mandar dan Toraja merupakan etnis dengan populasi terbanyak, maka dari itu etnis Mandar dan Toraja menjadi etnis mayoritas di Sulawesi Barat sedangkan etnis Bugis, Kaili Jawa dan Tionghoa Menjadi etnis minoritas. Selain itu, terdapat beberapa etnis yang digabungkan. Beragamnya etnis yang mendiami Sulawesi Barat, sehingga dikenal sebagai daerah yang merepresentasikan negara Indonesia yang multikultural yang hampir semua etnis berada di daerah tersebut. Sehingga Sulawesi Barat dikenal sebagai miniaturnya Negara Indonesia. Ragamnya etnis hal ini terjadi karena Sulawesi Barat sebelumnya merupakan daerah transmigran.

Provinsi Sulawesi Barat sebagai daerah heterogen yang dihuni berbagai banyak etnis menyebabkan pemilihan legislatif kerap kali diwarnai dengan praktek politik identitas. Politik etnis adalah penggunaan simbol kesukuan, agama, dan simbol lain yang melekat pada diri kandidat untuk memenangkan dan menjatuhkan lawan politik. Politik etnis menurut Agnes Haller dalam Dhani adalah konsep dan gerakan

politik yang fokus perhatiannya adalah perbedaan (*difference*) sebagai suatu kategori politik yang utama (Dhani, 2019).

Sebagai daerah yang heterogen Provinsi Sulawesi Barat menjadi daerah yang sangat potensial melakukan aktifitas komunikasi politik dengan menggunakan identitas etnik. Memanfaatkan perbedaan etnik yang melekat dalam diri kandidat sangat sering ditemukan pada setiap penyelenggaraan pesta demokrasi di Sulawesi Barat.

Praktik Penyelenggaraan Pilkada dan Pileg di Provinsi Sulawesi Barat tahun 2019, politik etnis kerap kali dimanfaatkan untuk memobilisasi dukungan. Etnis dijadikan modal utama untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat dengan simbol kesamaan etnis. Kandidat Mandar menggalang dukungan dengan pemilih Mandar. Etnis Kaili menggalang dukungan dengan pemilih yang beretnis Kaili. Begitupun dengan kandidat etnis Jawa menggalang dukungan dengan etnis Jawa. Setiap kandidat menggalang dukungan dengan pendekatan komunikasi politik sesama etnis dan melakukan *power sharing* antara etnis yang memiliki kesamaan dan perbedaan etnis.

Politik Etnis selain dimanfaatkan untuk mendapatkan dukungan juga dijadikan modal untuk menyerang kandidat lain melalui cara *Black Campaign*. Isu etnis selalu dijadikan ruang *Black Campaign*. Etnis mayoritas di Kabupaten Mamuju adalah Mandar dengan total populasi sebanyak 49,15%. Sebagai etnis Mayoritas, para kandidat yang beretnis Mandar berbondong-bondong memanfaatkan modalitas etnis untuk mendapatkan dukungan dari sesama etnis mandar untuk memenangkan kontestasi politik. Begitupun juga dengan kandidat suku Toraja sebagai etnis mayoritas terbanyak kedua kerap kali memanfaatkan pendekatan etnis dengan memanfaatkan kesamaan etnis. Namun, kandidat Etnis minoritas seperti Bugis, Kaili,

Jawa, Makassar dan Tionghoa kerap kali mendapatkan serangan *Black Campaign* dengan label etnis pendatang dan bukan putra daerah yang tidak memahami secara menyeluruh permasalahan dan kebutuhan masyarakat. Etnis pendatang hanya dianggap sebagai etnis yang hanya memanfaatkan modal ekonomi untuk menguasai daerah. Isu putra daerah dan bukan putra daerah menjadi komoditas politik yang selalu dipertentangkan dalam setiap penyelenggaraan pilkada dan pileg di Provinsi Sulawesi Barat.

Etnis pendatang yang dianggap bukan penduduk asli dan putra daerah dianggap tidak memiliki kapabilitas dan genetika kekuasaan untuk memimpin masyarakat mamuju yang mayoritas mandar dan bugis.

Fenomena menarik adalah etnis minoritas seperti: Bugis, Kaili, Jawa, Makassar dan Tionghoa di Provinsi Sulawesi Barat selalu menempatkan wakilnya di legislatif sebagai anggota DPRD di Provinsi Sulawesi Barat.

Sebut saja, nama Ambo Intang, salah seorang anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat yang beretnis Bugis dengan perolehan suara yang cukup signifikan dari setiap periodenya. Selanjutnya, ada nama Firman Argo Waskito anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat dengan perolehan suara yang dominan beretnis Jawa. Ada nama Ir. H. Abidin dari etnis Bugis - Makassar.

Selanjutnya ada nama Arif Daeng Mattemu dari etnis Bugis dan Andi Muhammad Qusyairy dari etnis Bugis-Palopo yang juga sukses menjadi anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat. Dan masih ada lagi etnis minoritas terpilih menjadi anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat di setiap kabupaten di Provinsi Sulawesi Barat. Kesuksesan etnis minoritas masuk diranah politik terbilang baru dan menarik untuk diteliti, tentang komunikasi politik etnis minoritas dalam memenangkan Pemilihan Legislatif di Provinsi Sulawesi Barat, Tahun 2019 yang dilihat dari :

1. Komunikasi politik etnis minoritas dengan para pemilih yang beretnis mayoritas.
2. Komunikasi politik etnis minoritas terhadap pemilih beretnis minoritas.
3. Strategi Komunikasi Politik yang digunakan oleh etnis minoritas dalam memenangkan Pemilihan Legislatif di provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019.

C. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Bentuk Komunikasi Politik yang dijalankan oleh Etnis Minoritas terhadap Etnis Mayoritas pada Pemilihan legislatif Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019?
2. Bagaimana Strategi Komunikasi Politik yang dibangun oleh Etnis Minoritas di tengah Etnis Mayoritas, sehingga terpilih di Pemilihan legislatif Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019?
3. Bagaimana Bentuk Komunikasi Paling Efektif yang mempengaruhi keterpilihan etnis minoritas di daerah mayoritas, sehingga terpilih di Pemilihan legislatif Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis komunikasi politik kandidat etnis minoritas terhadap etnis mayoritas dalam memenangkan pemilihan legislatif di Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019.
2. Untuk menganalisis strategi komunikasi politik etnis minoritas dalam memenangkan pemilihan legislatif DPRD Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019.

3. Untuk menganalisis Bentuk Komunikasi yang Paling Efektif bagi etnis minoritas dalam memenangkan pemilihan legislatif DPRD Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, hasil kajian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara akademik maupun secara pragmatis. Secara **akademik**, kajian ini dimaksudkan untuk meninjau penerapan konsep komunikasi politik etnis minoritas dan politik etnis, khususnya komunikasi politik anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019.

Manfaat **pragmatis**, secara umum hasil-hasil kajian ini dapat memberi kontribusi pemikiran dan bahan pertimbangan bagi para anggota DPRD dan para kandidat kepala daerah dalam menggunakan komunikasi politik sebagai etnis minoritas di daerah mayoritas. Secara khusus, hasil-hasil kajian ini menjadi masukan bagi politisi yang terkait dalam model komunikasi politik minoritas baik pada pemilihan legislative maupun pada pemilihan kepala daerah.

F. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini memiliki signifikansi yang sangat penting untuk mengeksplorasi hal – hal yang menjadi fenomena dan tantangan dalam mewujudkan pesta demokrasi yang bermartabat khususnya pada pengelolaan komunikasi politik identitas serta kesempatan kelompok minoritas dalam memenangkan Pemilihan legislatif. Fenomena seperti pada rumusan masalah yakni terkait bentuk komunikasi dan strategi Politik yang dijalankan oleh Etnis Minoritas serta Peran Media terhadap Komunikasi Politik Etnis Minoritas dan faktor-faktor yang mempengaruhi keterpilihan etnis minoritas di

daerah mayoritas sehingga terpilih pada pemilu tahun 2019, dianalisis secara komprehensif seperti pada rumusan masalah disertasi ini.

Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi aktif dalam mengatasi konflik etnis akibat perbedaan pilihan politik dan kampanye politik identitas yang berlebihan serta memberikan argumentasi bahwa kesempatan memimpin tidak ditentukan pada etnis/suku mayoritas dan minoritas, tetapi pada kapasitas dan modal sosial yang dimiliki. Dengan penelitian ini dapat memberikan referensi dan acuan tentang strategi politik kelompok minoritas dan bentuk komunikasi kelompok minoritas dalam menggaet pemilih secara rasional demi mewujudkan pemilihan umum yang bermartabat.

G. Nilai kebaruan (novelty) Penelitian

Penelitian tentang Politik Etnis Minoritas dalam Keterpilihan pada pemilihan legislatif sudah banyak dilakukan, namun memiliki fokus dan lokus yang berbeda. Baik dalam strategi pemenangan maupun media komunikasi yang digunakan dalam berkampanye. Dinamika dan karakteristik pemilihan di tingkat kabupaten Provinsi yang berbeda-beda membuat kajian komunikasi politik yang diterapkan etnis minoritas menjadi hal yang menarik untuk dikaji serta melahirkan temuan model maupun konsep-konsep terbaru.

Dari berbagai riset menunjukkan bahwa ditemukannya beberapa varian yang beragam misalnya riset yang dilakukan Dea Rizky Amalia (2019) dalam risetnya menunjukkan bahwa Faktor utama penentu keterpilihan aktor dalam hal ini kelompok minoritas di Kabupaten Poso adalah dari beberapa sumber yaitu modal budaya (agama), modal sosial (jaringan) dan Modal Ekonomi (materi).

Sementara itu riset Taufik Hidayat (2019) menemukan pada prinsipnya para anggota DPRD Kota Medan periode 2009-2014 dari etnik Tionghoa memiliki motivasi yang sama dalam mencalonkan diri, yakni untuk memperjuangkan aspirasi dan kepentingan etnik Tionghoa. Bentuk komunikasi yang umum digunakan para anggota DPRD Kota Medan periode 2009-2014 adalah dialog,

Begitu pun riset yang dilakukan Alita Nandi dan Lucinta Platt (2013) menunjukkan bahwa tidak hanya identitas politik tetapi juga identitas etnis dianggap kurang penting di Inggris dibandingkan domain identitas lainnya. Selain itu, penelitian ini menemukan asosiasi yang sangat mirip antara karakteristik yang diamati dan identitas politik dan etnis untuk semua. Pengecualiannya adalah bahwa kelompok perempuan mayoritas memiliki identitas etnis yang lebih lemah daripada laki-laki sedangkan perempuan minoritas cenderung memiliki identitas etnis yang lebih kuat daripada laki-laki.

Mengamati ketiga riset ini serta beberapa riset lainnya menunjukkan bahwa adanya perbedaan tersendiri baik dalam menguraikan modal dan solidaritas kelompok minoritas dalam memilih wakilnya, etos kelompok minoritas maju sebagai calon legislative dan model komunikasinya serta pengaruh minoritas/mayoritas etnis terhadap keterpilihan.

Perbedaan signifikan penelitian ini dengan penelitian lainnya fokus kajian yang lebih pada bentuk, strategi dan media yang digunakan dalam memenangkan perwakilan etnis minoritas pada pemilihan legislative tahun 2019 lalu. Dimana akan membahas lebih komprehensif terkait sejauh mana hubungan etnis dalam mempengaruhi keterpilihan dalam pemilihan legislatif, bentuk identitas etnik yang dikapitalisasi menjadi strategi menggalang suara seperti sifat kekeluargaan, bahasa, ketokohan di daerah, senasib diperantauan, saluran aspirasi yang lebih dekat, dan

kedekatan emosional dari daerah atau etnis yang sama. Serta peran media untuk menyakinkan sesama kelompok atau etnisnya untuk menjadi pemilih fanatik serta mensosialisasikan modal sosial lain untuk kelompok diluar etnisnya.

Perbedaan lainnya juga pada karakteristik Sulawesi Barat yang heterogen, dimana etnis Mandar menempati populasi terbanyak yakni 49,15%, selebihnya adalah etnis Toraja (13,95%), Bugis (10,79%), Jawa (5,38%), Makassar (1,59%) dan lainnya (19,15%). Keberadaan suku ini cenderung memiliki peluang untuk memiliki keterwakilan jika ada solidaritas sesama etnisnya walaupun jumlahnya sedikit.

H. Limitasi dan Delimitasi Penelitian

Penelitian ini dibatasi (Limitasi) pada upaya memahami komunikasi politik etnis minoritas dalam memenangkan pemilihan legislatif di daerah mayoritas. Ruang lingkup (Delimitasi) penelitian ini adalah pengkajian terhadap komunikasi politik dan penggunaan politik etnis minoritas yang di lihat dari hubungan kandidat etnis minoritas dengan masyarakat etnis mayoritas, hubungan kandidat etnis minoritas dengan masyarakat etnis minoritas, dan hubungan antara kandidat etnis minoritas dengan tim pemenangnya di Sulawesi Barat tahun 2019.

Fokus pada penelitian ini, bagaimana seorang kandidat yang berasal dari etnis minoritas mengkomunikasikan dirinya melalui bentuk, etika dan strategi komunikasi politik sebagai etnis minoritas yang dapat diterima oleh etnis mayoritas, sehingga bisa terpilih sebagai anggota legislatif. Diasumsikan adanya bentuk, etika dan strategi komunikasi politik serta faktor-faktor yang mempengaruhi dengan menggunakan pendekatan etnis sebagai kunci keberhasilan atas penerimaan masyarakat dalam proses perebutan kekuasaan ditingkatan lokal anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat tahun 2019.

Penelitian ini merujuk pada teori komunikasi politik yang di kutip dalam buku Komunikasi Politik (Konsep, Teori Dan Strategi) karangan Hafied Cangara (2009) yang menjelaskan, bahwa komunikasi politik memiliki beberapa tujuan penting antara lain, untuk membentuk citra politik yang baik dalam masyarakat, menciptakan public opinion atau pendapat umum, dan untuk ikut dalam pemilihan umum serta untuk mempengaruhi kebijakan-kebijakan publik dalam segala segi kehidupan berbangsa dan bermasyarakat. Dalam hal mencapai tujuan dalam komunikasi politik terdapat beberapa bentuk komunikasi politik yang sudah biasa digunakan oleh politikus yaitu retorika politik, agitasi politik, propaganda politik, kampanye politik.

Ada yang menarik dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana etnis minoritas seperti Bugis, Jawa dan Makassar membentuk citra politik yang baik, menciptakan public opinion, kemudian bisa ikut dalam pemilihan serta mampu memenangkan proses perebutan kekuasaan ditingkatan lokal anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019 dengan melihat perpaduan antara unsur komunikasi politik dan bentuk komunikasi politik dengan pendekatan politik etnis. Unsur komunikasi politik dapat dilihat bagan di bawah ini :

Penelitian ini berusaha mengungkapkan mekanisme atau proses pelaksanaan unsur komunikasi politik dan penggunaan bentuk komunikasi politik dengan melihat pendekatan-pendekatan politik etnis didalam unsur dan bentuk komunikasi politik dalam rangka untuk membentuk citra politik yang baik dalam masyarakat.

BAB II

KAJIAN LITERATUR

Bagian pertama menguraikan perspektif teorikal dengan menguraikan sejumlah teori dan konsep dalam kajian ilmu menurut berbagai perspektif, model dan paradigma. Selanjutnya meninjau beragam pandangan mengenai Komunikasi Politik, Politik etnis. Bagian kedua adalah perspektif empirikal dengan menampilkan beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu.

A. Teori – Teori Komunikasi Politik

Ada sejumlah teori Komunikasi politik terkait dengan penelitian, sehingga terbangun konsep yang lebih jelas. Adapun tentang pengertian komunikasi politik adalah sebuah frase terdiri dari dua kata “komunikasi” dan “politik” yang mempunyai makna dan pengertian tersendiri sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya. Setelah digabungkan dua kata tersebut jadilah sebuah pengertian yang lebih luas, sebagaimana yang dijelaskan oleh para ahli. Komunikasi politik menurut Mc Nair yang dikutip oleh Hafied Cangara (2009) murni membicarakan tentang alokasi sumber daya publik yang memiliki nilai, apakah itu nilai kekuasaan atau nilai ekonomi, petugas yang memiliki kewenangan untuk memberi kekuasaan dan keputusan dalam pembuatan undang-undang atau aturan, apakah itu legislatif atau eksekutif, serta sanksi-sanksi apakah itu dalam bentuk hadiah atau denda.

Komunikasi politik kemudian digunakan oleh orang-orang yang terlibat dalam kegiatan per-politikan suatu negara untuk menjalin hubungan dengan orang lain, kelompok tertentu, atau rakyat dalam konteks yang lebih besar. Sehingga proses

pencapaian tujuan komunikator-komunikator tersebut bisa tercapai sebagaimana mestinya.

Dalam kondisi seperti di atas, biasanya saluran komunikasi yang digunakan melalui media massa, baik dengan bentuk rapat umum, konferensi pers, dan lain-lain. Baiklah, kita ambil contoh sederhana dari para calon wakil rakyat yang akhir-akhir ini semakin intens untuk berkomunikasi dan "dekat" dengan rakyat, mengkampanyekan keunggulan atau kelebihan mereka kepada khalayak, dengan menaruh harapan pada media massa pada umumnya untuk mendapatkan "anggukan kepala" khalayak bahwa "ya, kami memilihmu". Tentunya, dalam konteks seperti ini komunikasi yang digunakan oleh calon-calon wakil rakyat tersebut termasuk komunikasi politik dengan gaya retorika mereka masing-masing.

Dalam Komunikasi Politik (Konsep, Teori Dan Strategi) karangan Hafied Cangara (2004) Meadow dalam Nimmo membuat definisi komunikasi politik lebih menekankan kepada simbol – simbol atau pesan yang disampaikan dalam komunikasi politik secara signifikan dibentuk atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik. Sedangkan Nimmo sendiri yang mengutip Meadow hanya menekankan bahwa komunikasi politik, yaitu (kegiatan) yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensi – konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi konflik. Selain itu, Nimmo juga mengaitkan Komunikasi Politik juga erat berhubungan dengan Opini Publik.

Dorris Graber (1981) juga berpendapat pada tulisanya (*Political language*; 1981) tentang komunikasi politik, bahwa komunikasi politik tidak hanya retorika, tetapi juga mencakup simbol simbol bahasa, seperti bahasa tubuh serta tindakan politik semisal seperti boikot, protes dan unjukrasa. Dengan demikian pengertian komunikasi politik tidak hanya dirumuskan sebagai suatu proses pengoperan

lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang ataupun kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.

Dari beberapa pengertian yang telah dikemukakan, maka komunikasi politik dapat diartikan sebagai sebuah proses komunikasi yang mempunyai implikasi dan konsekuensi terhadap aktivitas politik yang terjadi baik secara faktual maupun potensial. Faktor inilah yang membedakan komunikasi politik dengan disiplin komunikasi yang lain. Artinya komunikasi politik mempunyai pesan - pesan yang bermuatan politik, sementara disiplin komunikasi yang lain, contohnya komunikasi antar budaya memiliki muatan pesan mengenai masalah-masalah perbedaan antar budaya, jadi untuk membedakan antara satu disiplin dengan disiplin lainnya dalam studi komunikasi adalah terletak pada isi pesannya.

1. **Teori Komunikasi Politik:** Teori ini mempelajari interaksi komunikasi yang terjadi dalam konteks politik. Dalam kasus ini, teori komunikasi politik dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana komunikasi politik dilakukan oleh etnis minoritas dalam upaya memperoleh keterpilihan sebagai anggota DPRD Provinsi Sulawesi Barat. Teori ini dapat memperhatikan aspek komunikasi verbal dan nonverbal, strategi kampanye, peran media massa, dan konstruksi pesan politik.
2. **Teori Representasi dan Identitas:** Teori ini berfokus pada bagaimana kelompok-kelompok tertentu direpresentasikan dalam konteks politik dan media. Dalam konteks komunikasi politik etnis minoritas, teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana identitas etnis minoritas direpresentasikan oleh

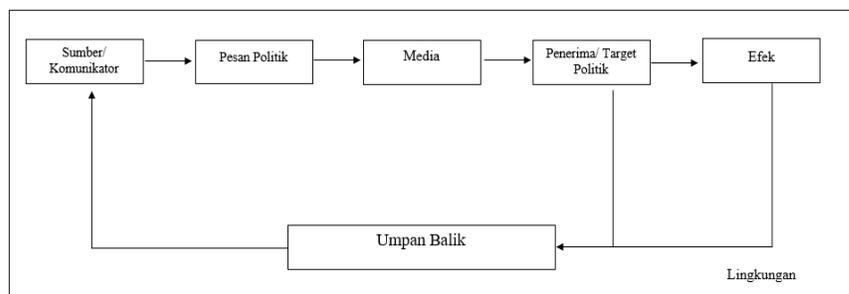
kandidat dan partai politik, baik melalui pesan-pesan politik, media massa, maupun komunikasi langsung dengan pemilih.

3. **Teori Komunikasi Antarbudaya:** Teori ini mempelajari interaksi komunikasi antara individu atau kelompok yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Dalam konteks komunikasi politik etnis minoritas, teori ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana pesan politik disesuaikan dengan nilai-nilai, norma, dan kebutuhan komunikasi dari kelompok etnis minoritas di Sulawesi Barat. Hal ini penting untuk membangun pemahaman yang lebih baik dan menghindari kesalahpahaman atau konflik budaya
4. **Teori Konflik dan Komunikasi:** Teori ini mempelajari bagaimana konflik muncul dan diatasi melalui proses komunikasi. Dalam konteks politik etnis minoritas, teori ini dapat digunakan untuk menganalisis adanya konflik politik yang mungkin timbul antara etnis mayoritas dan etnis minoritas, serta bagaimana komunikasi politik dapat mempengaruhi dinamika konflik tersebut. Analisis ini dapat melibatkan aspek komunikasi antar kelompok, persepsi, stereotip, dan upaya penyelesaian konflik melalui dialog.
5. **Teori Gatekeeping:** Teori ini mempelajari peran media massa dalam mengatur dan mengendalikan aliran informasi yang sampai kepada masyarakat. Dalam konteks komunikasi politik etnis minoritas, teori ini dapat digunakan untuk menganalisis peran media massa dalam mempengaruhi persepsi publik terhadap kandidat dari etnis minoritas, serta hambatan-hambatan yang mungkin dihadapi oleh etnis minoritas dalam mendapatkan pemberitaan yang adil dan seimbang.
4. **Teori Jaringan Sosial:** Teori ini membahas tentang interaksi dan keterhubungan antara individu atau kelompok dalam suatu jaringan sosial.

Dalam konteks komunikasi politik etnis minoritas, teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana jaringan sosial etnis minoritas di Sulawesi Barat berperan dalam komunikasi politik dan dukungan politik mereka. Jaringan sosial ini dapat melibatkan organisasi masyarakat, keluarga, komunitas online, atau grup etnis minoritas yang saling berhubungan untuk mempengaruhi pemilihan anggota DPRD.

Unsur-Unsur Komunikasi Politik

Seperti halnya dengan disiplin Komunikasi lainnya, maka komunikasi politik merupakan sebagai *Body of Knowledge* juga yang terdiri dari berbagai unsur yakni, sumber (komunikator), pesan, media atau saluran, penerima dan efek, berikut adalah gambar bagian hubungan antara unsur – unsur komunikasi politik serta penjelasannya. (Cangara, 2014)



Gambar 1 Diagram hubungan unsur dalam komunikasi politik

1. Komunikator Politik

Komunikasi politiki tidak hanya menyangkut partai politik, melainkan juga lembaga pemerintahan legislatif dan eksekutif. Dengan demikian sumber atau komunikator politik adalah mereka yang dapat memberikan informasi, tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik, semisal Presiden, Menteri, Anggota

DPR, MPR, KPU, Politisi, fungsionaris Partai Politik, LSM dan kelompok – kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa mempengaruhi jalannya pemerintahan.

2. Pesan Politik

Ialah pernyataan yang disampaikan baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. Misalnya pidato politik, undang – undang kepartaian, undang – undang pemilu, pernyataan politik, artikel atau isi buku/brosur dan berita, surat kabar, radio, televisi, internet yang berisi ulasan politik dan pemerintahan, puisi politik, spanduk/baliho, iklan politik atau propaganda, perang urat syaraf (*psywar*), mana logo, warna baju, warna bendera, bahasa tubuh (*body language*), dan sebagainya.

3. Saluran atau Media Politik

Ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator politik dalam menyampaikan pesan – pesan politiknya. Misalnya Media Cetak; Surat kabar, tabloid, majalah, buku. Media Elektronik; Film, radio, televisi, komputer, video, internet. Media Format Kecil; Leaflet, brosur, selebran, stiker, bulletin. Media Luar Ruang (*outdoor media*); Baliho, spanduk, reklame, kaos, pin, logo, bendera, electronic board, topi, iklan mobil, Iklan gerbong kereta, kalender, sampul buku, payung dan segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan untuk membangun citra (*Image Building*). Saluran Komunikasi Kelompok; Partai Politik (DPP, DPW, DPD, DPC, DPAC), organisasi profesi, ikatan alumni, organisasi sosial, keagamaan, karang taruna dan sebagainya. Saluran Komunikasi Publik; Stadion, aula, balai desa, alun alun, panggung kesenian. Saluran Komunikasi Sosial; Pertunjukan Wayang, Pesta Rakyat, Pesta Tani, dan sebagainya.

4. Sasaran atau Target Komunikasi Politik

Adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk dukungan suara kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum. Mereka adalah semua warga negara yang mempunyai hak pilih dan sebagai warga negara yang akan menjadi calon pemilih dengan ketentuan cukup umur untuk ikut serta dalam pemilihan umum.

5. Pengaruh dan Efek Komunikasi Politik

Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai – partai politik, di mana nuansanya akan bermuara pada pemberian suara (*vote*) dalam pemilihan umum. Pemberian suara ini sangat menentukan terpilih tidaknya seorang kandidat untuk posisi mulai tingkat Presiden dan Wakil Presiden, anggota DPR, MPR, Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Walikota dan Wakil Walikota, sampai tingkat DPRD, (Cangara, 2014)

6. Fungsi Komunikasi Politik

Sebagai disiplin ilmu fungsi komunikasi yang dikemukakan oleh McNair (2003) dikombinasikan dengan fungsi komunikasi yang dibuat oleh Goran Hedebro (1982), maka komunikasi akan berfungsi untuk:

- a) Memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha – usaha yang dilakukan lembaga politik maupun dalam hubungannya dengan pemerintah dan masyarakat.
- b) Melakukan sosialisai mengenai kebijakan, program dan tujuan lembaga politik.
- c) Memberikan motivasi kepada politisi, fungsionaris, dan para pendukung partai.
- d) Menjadi platform yang dapat menampung ide – ide yang dikemukakan masyarakat, sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam bentuk opini publik.

- e) Mendidik masyarakat dengan pemberian informasi, sosialisasi tentang cara – cara pemilihan umum dan tata cara penggunaan hak pilih mereka sebagai pemberi suara.
- f) Menjadi hiburan masyarakat sebagai “pesta demokrasi” dengan menampilkan para juru kampanye, artis, para komentator atau pengamat politik.
- g) Memupuk integrasi dengan mempertinggi rasa kebangsaan guna menghindari kofilk dan ancaman berupa tindakan separatis yang mengancam persatuan nasional.
- h) Menciptakan iklim perubahan dengan mengubah struktur kekuasaan melalui informasi untuk mencari dukungan masyarakat luas terhadap gerakan reformasi dan demokratisasi.
- i) Meningkatkan aktivitas politik masyarakat melauai siaran berita, agenda setting, maupun komentar – komentar politik.
- j) Menjadi Watchdog atau anjing penjaga dalam membantu terciptanya good governance yang transparansi dan akuntabilitas. (Cangara, 2014)

B. Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki beberapa tujuan penting antara lain, untuk membentuk citra politik yang baik dalam masyarakat, menciptakan public opinion atau pendapat umum, dan untuk ikut dalam pemilihan umum serta untuk mempengaruhi kebijakan-kebijakan publik dalam segala segi kehidupan berbangsa dan bermasyarakat (Cangara, 2014). Terdapat berbagai macam bentuk-bentuk komunikasi politik, namun bentuk-bentuk yang sudah biasa digunakan oleh para politikus adalah:

1. Komunikasi Interpesonal

Komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih secara langsung. Ini melibatkan pertukaran pesan, ide, informasi, atau emosi antara individu-individu yang terlibat. Komunikasi interpersonal dapat terjadi secara tatap muka atau melalui media komunikasi seperti telepon, surat, atau pesan elektronik. Bentuk komunikasi ini mencakup bahasa verbal (ucapan) dan nonverbal (bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, dll.) serta memungkinkan

adanya dialog, respons, dan pertukaran informasi secara real-time antara individu-individu tersebut.

a. Dari mulut ke mulut (*Mouth to mouth*)

Komunikasi mulut ke mulut (mouth to mouth communication) merujuk pada proses komunikasi di mana seseorang menyampaikan informasi, pesan, atau rekomendasi kepada orang lain secara langsung melalui percakapan lisan. Biasanya, komunikasi mulut ke mulut terjadi dalam lingkungan sosial atau melalui interaksi personal antara individu-individu. Contoh dari komunikasi mulut ke mulut adalah saat seseorang memberikan ulasan, rekomendasi produk, atau berbagi pengalaman dengan orang lain secara langsung melalui pembicaraan.

b. Dari rumah ke rumah (*Door to door*)

Komunikasi pintu ke pintu (door to door communication) adalah metode komunikasi di mana seseorang atau sekelompok orang mengunjungi rumah-rumah atau tempat tinggal individu lain secara langsung untuk berinteraksi dan menyampaikan pesan, informasi, atau tawaran langsung kepada penduduk di dalamnya. Biasanya, komunikasi pintu ke pintu digunakan dalam konteks penjualan, kampanye politik, atau kegiatan pemasaran langsung. Pada saat kunjungan, komunikator akan berbicara langsung dengan pemilik rumah atau penghuni untuk memperkenalkan produk, menyampaikan informasi, menjawab pertanyaan, atau mempengaruhi keputusan mereka. Dalam semua bentuk komunikasi ini, tujuannya adalah untuk mengirimkan pesan, membangun hubungan, mendapatkan pemahaman, dan mempengaruhi tindakan atau pendapat orang lain. Bentuk komunikasi yang dipilih tergantung pada konteks, tujuan, dan preferensi komunikator serta pendengarnya.

2. Komunikasi Kelompok dan Organisasi

Komunikasi Kelompok dan Organisasi memiliki beberapa aspek yang penting. Berikut adalah penjelasan singkat tentang tiga konsep yang Anda sebutkan:

a. Focus group Discussion (FGD)

Focus Group Discussion (FGD) adalah metode komunikasi kelompok yang digunakan untuk mengumpulkan data dan mendapatkan wawasan tentang pendapat, sikap, dan persepsi peserta terkait topik atau masalah tertentu. Biasanya, FGD melibatkan sekelompok peserta yang dipilih secara representatif, di mana mereka diundang untuk berpartisipasi dalam diskusi terarah yang dipandu oleh seorang moderator. Diskusi dalam FGD berfokus pada topik yang telah ditentukan sebelumnya, dan peserta dapat saling bertukar pendapat, mengemukakan ide, memberikan masukan, dan berbagi pengalaman. FGD sering digunakan dalam penelitian sosial, survei pasar, pengembangan produk, dan kegiatan pengambilan keputusan.

b. Perkumpulan/arisan

Perkumpulan atau arisan adalah bentuk komunikasi kelompok yang lebih santai dan informal. Ini melibatkan sekelompok individu yang memiliki kepentingan atau tujuan bersama, seperti hubungan sosial, hobi, minat, atau keuangan. Biasanya, anggota perkumpulan atau arisan bertemu secara berkala, seperti mingguan atau bulanan, untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, mendiskusikan topik-topik tertentu, atau melakukan kegiatan bersama. Perkumpulan atau arisan dapat menciptakan hubungan yang erat antara anggota kelompok, membangun kepercayaan, dan memperkuat ikatan sosial.

c. Panguyuban

Panguyuban adalah bentuk komunikasi kelompok yang berkaitan dengan kehidupan sosial masyarakat Jawa. Panguyuban adalah organisasi atau perkumpulan yang didirikan untuk mempertahankan, mengembangkan, dan memelihara budaya, tradisi, serta hubungan antarwarga Jawa. Panguyuban seringkali berfungsi sebagai forum untuk berdiskusi, menyelenggarakan acara budaya, saling membantu dalam berbagai hal, serta memperkuat jalinan sosial antaranggotanya. Pada dasarnya, Panguyuban adalah wadah komunikasi dan solidaritas antara orang-orang yang memiliki ikatan budaya, sejarah, dan kepentingan bersama. Komunikasi dalam kelompok dan organisasi penting untuk memfasilitasi interaksi, pertukaran informasi, kolaborasi, dan pengambilan keputusan yang efektif.

Bentuk-bentuk komunikasi ini memungkinkan individu-individu untuk berbagi pengetahuan, memperkuat hubungan sosial, serta mencapai tujuan bersama dalam lingkungan kelompok atau organisasi.

3. Komunikasi Publik

Komunikasi Publik adalah proses penyampaian pesan atau informasi kepada khalayak yang lebih luas. Berikut adalah penjelasan singkat tentang tiga konsep sebagai berikut:

a. Retorika

Retorika adalah seni atau keterampilan dalam menggunakan bahasa secara efektif untuk mempengaruhi, meyakinkan, atau menggerakkan pendengar atau pembaca. Retorika mencakup penggunaan strategi komunikasi yang persuasif, seperti penggunaan gaya bahasa, argumen logis, emosi, serta pengaturan kata-kata

dan intonasi suara yang tepat. Retorika dapat diterapkan dalam berbagai konteks komunikasi publik, termasuk pidato politik, presentasi bisnis, debat, dan kampanye.

b. Rumah ibadah

Rumah ibadah, seperti gereja, masjid, kuil, atau pura, adalah tempat di mana komunikasi publik sering terjadi. Rumah ibadah adalah tempat di mana anggota komunitas agama berkumpul untuk melibatkan diri dalam ibadah, berbagi pesan keagamaan, dan saling berinteraksi. Komunikasi publik di rumah ibadah dapat melibatkan ceramah agama, khotbah, pengumuman, pembacaan kitab suci, nyanyian, dan aktivitas komunitas lainnya. Rumah ibadah juga dapat berfungsi sebagai pusat komunikasi dan koordinasi untuk memobilisasi anggota komunitas dalam kegiatan sosial, kemanusiaan, dan pelayanan masyarakat.

c. Media outdoor/baliho

Media outdoor atau baliho adalah bentuk komunikasi publik yang melibatkan penggunaan ruang luar untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak yang lebih luas. Ini mencakup penggunaan papan reklame, spanduk, baliho, atau poster yang ditempatkan di tempat-tempat strategis seperti jalan raya, taman, gedung, atau tempat umum lainnya. Media outdoor digunakan untuk mempromosikan produk, acara, kampanye, atau pesan penting lainnya kepada khalayak yang lewat atau berada di sekitar lokasi tersebut. Pesan yang ditampilkan dalam media outdoor seringkali singkat, padat, dan menggunakan elemen visual yang kuat untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan dengan cepat.

Komunikasi publik melibatkan berbagai strategi dan alat komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang lebih luas. Retorika, rumah ibadah, dan media

outdoor/baliho adalah contoh dari beragam cara di mana komunikasi publik dapat terjadi untuk menyampaikan pesan, mempengaruhi opini, dan berinteraksi dengan khalayak.

4. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa adalah proses komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang sangat luas, seringkali melibatkan jumlah besar orang. Berikut adalah penjelasan singkat tentang empat konsep tersebut:

a. Advertising/iklan politik

Advertising atau iklan politik adalah bentuk komunikasi massa yang digunakan untuk mempromosikan calon politik, partai politik, atau isu-isu politik kepada khalayak yang lebih luas. Iklan politik sering muncul di media seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, media sosial, dan papan reklame. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi pendapat publik, membangun citra positif, menyampaikan pesan politik, dan mendapatkan dukungan pemilih. Iklan politik sering menggunakan teknik persuasif, seperti penggunaan narasi, gambar, suara, musik, dan slogan yang kuat untuk mencapai efek emosional atau mengkomunikasikan pesan dengan jelas.

b. Publikasi

Publikasi adalah bentuk komunikasi massa yang melibatkan produksi dan distribusi konten dalam bentuk cetak atau elektronik. Ini termasuk majalah, surat kabar, jurnal, buletin, dan materi penerbitan lainnya. Publikasi dapat mencakup berbagai topik seperti berita, opini, hiburan, atau informasi khusus. Tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi, mengedukasi, menghibur, atau mempengaruhi pendapat pembaca atau pemirsa. Publikasi sering kali dibaca atau diakses oleh

khalayak yang lebih luas dan dapat memengaruhi persepsi dan sikap mereka terhadap berbagai isu.

c. Talk show

Talk show adalah format program televisi atau radio yang melibatkan pembawa acara yang mengundang tamu untuk berbicara tentang topik tertentu. Talk show sering kali menampilkan percakapan yang interaktif, diskusi, wawancara, dan pertukaran pendapat di hadapan audiens. Ini adalah bentuk komunikasi massa yang memungkinkan para tamu untuk membagikan pandangan mereka, menyampaikan informasi, atau mempengaruhi opini publik. Talk show dapat melibatkan isu-isu politik, sosial, hiburan, atau topik spesifik lainnya.

d. Selebaran, kalender

Selebaran dan kalender adalah bentuk komunikasi massa yang melibatkan distribusi materi cetak kepada khalayak yang lebih luas. Selebaran biasanya berupa lembaran yang berisi informasi, promosi, atau pesan tertentu dan didistribusikan di tempat-tempat umum seperti jalan, pusat perbelanjaan, atau acara-acara publik. Kalender mencakup informasi tanggal dan acara penting dalam bentuk cetak yang didistribusikan kepada orang-orang untuk penggunaan sepanjang tahun. Baik selebaran maupun kalender digunakan untuk menyampaikan pesan, mempromosikan produk atau acara, dan membangun kesadaran publik.

Komunikasi massa mencakup berbagai bentuk dan strategi komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang luas

5. Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya adalah proses komunikasi yang terjadi antara individu atau kelompok yang berasal dari budaya atau latar belakang etnis yang

berbeda. Berikut adalah penjelasan tentang dua aspek komunikasi antarbudaya sebagai berikut:

a. Bahasa Lokal

Bahasa lokal merujuk pada bahasa yang digunakan oleh suatu kelompok etnis atau komunitas tertentu dalam suatu wilayah geografis. Dalam komunikasi antarbudaya, pemahaman dan penggunaan bahasa lokal sangat penting. Bahasa adalah sarana utama untuk menyampaikan pesan, memahami informasi, serta membangun hubungan dengan individu atau kelompok dari budaya yang berbeda. Memiliki pemahaman tentang bahasa lokal memungkinkan individu untuk memahami nuansa budaya, ungkapan idiomatik, norma-norma komunikasi, dan memperkuat ikatan dengan komunitas tersebut. Selain itu, upaya belajar bahasa lokal juga dapat menunjukkan rasa hormat dan apresiasi terhadap budaya dan identitas etnis yang berbeda.

b. Perkawinan Antar Etnis

Perkawinan antar etnis terjadi ketika dua individu dari latar belakang etnis yang berbeda memilih untuk menikah dan membentuk keluarga. Perkawinan ini melibatkan komunikasi antarbudaya yang mendalam dan kompleks, karena menggabungkan nilai-nilai, tradisi, dan praktik yang berbeda dari kedua keluarga. Dalam perkawinan antar etnis, komunikasi yang efektif dan pengertian terhadap perbedaan budaya sangat penting untuk membangun hubungan yang harmonis. Pasangan harus belajar untuk saling memahami, menghargai, dan menghormati adat istiadat, nilai-nilai, bahasa, dan praktik budaya masing-masing. Kemampuan untuk berkomunikasi secara terbuka, mengatasi perbedaan, dan menciptakan kesepahaman adalah kunci dalam komunikasi antarbudaya dalam konteks perkawinan antar etnis.

Komunikasi antarbudaya melibatkan kesadaran akan perbedaan budaya dan kemampuan untuk beradaptasi dan berkomunikasi dengan individu atau kelompok yang memiliki latar belakang etnis yang berbeda. Melalui pemahaman, penghargaan, dan sikap terbuka, komunikasi antarbudaya dapat memperkaya hubungan antara individu dan mempromosikan pemahaman lintas budaya yang lebih luas.

6. Komunikasi Digital (Media Baru)

Media sosial adalah platform komunikasi digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berbagi konten dengan orang lain melalui internet. Berikut adalah penjelasan singkat tentang beberapa media sosial populer:

a. Media Sosial (FB, WA, Twit, Instagram, Youtube, Tiktok)

Media sosial adalah platform komunikasi digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berbagi konten dengan orang lain melalui internet. Berikut adalah penjelasan singkat tentang beberapa media sosial populer:

- Facebook: Facebook adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil, berbagi pembaruan status, foto, video, dan berinteraksi dengan teman-teman mereka melalui komentar dan pesan pribadi.
- WhatsApp: WhatsApp adalah aplikasi pesan instan yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, panggilan suara, panggilan video, serta berbagi foto dan video dengan kontak mereka.
- Twitter: Twitter adalah platform mikroblogging yang memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut "tweet" dengan batasan 280 karakter. Pengguna dapat mengikuti akun lain untuk melihat tweet mereka di feed mereka.
- Instagram: Instagram adalah platform berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah konten visual, memberikan tanda suka, mengomentari, dan berinteraksi dengan pengguna lain melalui pesan pribadi.
- YouTube: YouTube adalah platform berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan video-video yang dibagikan oleh pengguna lain. Pengguna dapat berlangganan saluran favorit mereka dan memberikan komentar di bawah video.
- TikTok: TikTok adalah platform media sosial yang berfokus pada pembuatan dan berbagi video pendek. Pengguna dapat merekam dan

mengedit video dengan efek kreatif, musik, dan filter, serta berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar dan pesan pribadi.

b. Blog

Blog adalah singkatan dari "weblog", yang merupakan bentuk jurnal online di mana individu atau kelompok dapat berbagi pemikiran, pengetahuan, dan pengalaman mereka. Blog sering kali diatur dalam urutan kronologis terbalik, dengan entri terbaru muncul di bagian atas. Blogger dapat memposting teks, foto, video, atau campuran konten lainnya, dan pengunjung dapat memberikan komentar di bawah setiap entri. Blog dapat mencakup berbagai topik, seperti mode, makanan, perjalanan, teknologi, dan banyak lagi.

c. Advertising

Advertising (iklan) dalam konteks komunikasi digital merujuk pada praktik mempromosikan produk, layanan, atau merek menggunakan platform online. Iklan digital dapat berupa teks, gambar, audio, atau video yang ditampilkan di berbagai media digital, termasuk situs web, aplikasi, media sosial, dan mesin pencari. Beberapa bentuk iklan digital yang umum meliputi iklan banner, iklan video, iklan teks di mesin pencari, iklan jaringan sosial, serta iklan yang muncul di antara konten online. Iklan digital memungkinkan pengiklan untuk menargetkan audiens yang lebih spesifik dan melacak efektivitas kampanye mereka dengan lebih akurat dibandingkan dengan iklan tradisional

Kampanye politik melibatkan semua bentuk komunikasi di atas. Berbagai bentuk komunikasi tersebut, jika digunakan dengan benar dan bertanggung jawab, dapat menjadi alat yang sangat kuat dalam kampanye politik. Mereka dapat membantu dalam membentuk dan mempengaruhi masyarakat dan politik kita, serta dalam membangun masyarakat yang lebih baik dan lebih adil. Penting bagi kita untuk

memahami dan menggunakan berbagai bentuk komunikasi ini untuk menjadi komunikator yang lebih efektif, baik sebagai individu, kelompok, organisasi, atau masyarakat. Melalui komunikasi, kita dapat menciptakan dialog yang konstruktif, mempromosikan pemahaman, dan menciptakan masyarakat yang lebih harmonis dan inklusif.

C. Perencanaan Komunikasi

Menurut keufman dalam (Cangara, 2014) perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan kemana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ketempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Waterson mendefinisikan perencanaan adalah suatu usaha yang sadar, terorganisasi, dan terus menerus guna memilih alternatif yang terbaik untuk mencapai tujuan tertentu (Cangara, 2014) Dalam perencanaan ada dua belas pokok pikiran yang terkandung didalamnya yakni:

1. Perencanaan sebagai usaha yang disengaja, dan dilakukan secara sadar
2. Perencanaan menempatkan manusia sebagai modal dasar dalam menggerakkan setiap usaha.
3. Perencanaan menggunakan hasil riset, data dan informasi.
4. Ada tujuan yang ingin dicapai, sehingga memerlukan keputusan dan tindakan yang akan diambil
5. Ada keinginan untuk melakukan perubahan
6. Berorientasi masa depan (optimis)
7. Pemecahan masalah
8. Pemilihan alternatif
9. Pengalokasian sumber daya
10. Menjadi dasar acuan pelaksanaan
11. Menjadi pengendali dan monitoring pelaksana
12. Perencanaan sebagai proses yang berkelanjutan.

Perencanaan merupakan salah satu unsur yang sangat penting sesudah unsur organisasi. Perencanaan merupakan titik awal untuk bekerjanya suatu organisasi. Dalam buku perencanaan dan strategi komunikasi (Cangara, 2014) perencanaan dibuat agar dapat berfungsi untuk:

1. Mengidentifikasi dan menetapkan masalah
2. Memberi arahan (focus) atau pedoman pada tujuan yang ingin dicapai, terutama dalam mengatasi ketidakpastian dengan memilih jalan yang terbaik, bahkan dalam keadaan stabil pun perencanaan masih diperlukan.
3. Meminimalisasi terjadinya pemborosan sumber daya dalam rangka mencapai tujuan yang efektif
4. Melakukan perkiraan (forecasting) terhadap kendala yang mungkin terjadi dan hasil (output) yang akan diperoleh
5. Melakukan pengendalian agar pelaksana senantiasa tetap berada dalam koridor perencanaan yang telah ditetapkan.
6. Memberi kesempatan untuk memilih alternative terbaik guna mendapatkan hasil yang lebih baik.
7. Mengatasi hal-hal yang rumit dengan mencari jalan keluar (solution) dari masalah yang dihadapi
8. Menetapkan skala prioritas tentang apa yang harus dikerjakan lebih dulu
9. Penetapan mekanisme pemantauan (monitoring) dan instrument alat ukur untuk keperluan evaluasi.

Teori Perencanaan Komunikasi John Middleton

Menurut John Middleton dalam (Cangara 2014) Perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi.

Mengetahui bahwa pentingnya komunikasi dan informasi bagi masyarakat dalam upaya memberikan edukasi terkait penanganan bencana. Dalam konteks peringatan dini membuat masyarakat memiliki peningkatan kewaspadaan terhadap bencana. Pesan yang selama ini digunakan juga termasuk pada domain informasi.

Sebagaimana yang telah dilakukan Pemerintah dalam membangun jaringan komunikasi berbasis teknologi, tetapi masih saja terdapat permasalahan kecil yang sulit untuk dihindarkan. Dalam upaya meminimalisir penyebaran kebohongan informasi, maka hal yang harus menjadi pegangan yaitu sosialisasi kepada khalayak.

Model dari Middleton dapat di implementasikan untuk kampanye sosial, baik bersifat nasional maupun daerah. Misalnya kampanye tentang bahaya pencemaran lingkungan, kependudukan, peningkatan produksi tanaman pangan, gerakan mencintai produksi dalam negeri, kesadaran membayar pajak, dan sebagainya. Model yang dibuat Middleton ini lebih rinci, diawali dengan riset untuk memperoleh data, dan upaya untuk mengetahui kebutuhan khalayak (need assessment). Model ini juga bisa di aplikasikan untuk kegiatan pemasaran komersial dan jasa, serta pemasaran politik.

Model ini juga spesifik karena dalam penyusunan rencana berbasis data base. Sistem informasi manajemennya memberi kontribusi untuk analisis perencanaan dan pengembangan strategi, serta penetapan segmentasi khalayak. Dalam pelaksanaan program berbasis sistem informasi manajemen. Model perencanaan komunikasi yang dibuat oleh John Middleton dijabarkan dalam gambar dibawah ini (Cangara, 2014):

1. Pengumpulan data base-line dan need assessment
2. Perumusan tujuan komunikasi
3. Analisis perencanaan dan pengembangan strategi
4. Analisis dan segmentasi khalayak
5. Pemilihan media
6. Design dan pengembangan pesan
7. Perencanaan manajemen
8. Pelaksanaan pelatihan
9. Implementasi atau pelaksanaan
10. Evaluasi program

Model perencanaan komunikasi yang dibuat John Middleton sangat berbeda dengan model perencanaan komunikasi lainnya. Menurut John Middleton dalam perencanaan komunikasi ialah proses penentuan sumber daya komunikasi untuk

mencapai tujuan suatu lembaga atau organisasi. Sumber daya komunikasi bukan hanya mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, akan tetapi semua aktivitas yang dirancang untuk merubah tingkah laku dan mengembangkan keterampilan-keterampilan tertentu di setiap individu maupun kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang diamanahkan oleh organisasi.

D. Strategi Komunikasi Politik

Strategi merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu 'stratos' artinya tentara dan kata 'again' yang artinya memimpin. Dengan demikian, strategi yang dimaksud adalah ilmu tentang memimpin tentara atau pasukan. Kemudian muncul kata strategos pemimpin tentara pada tingkat atas (Cangara, 2014). Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan seni para jendral atau suatu rancangan terbaik untuk memenangkan peperangan

Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi, karena itu para pakar strategi tidak saja lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer tapi juga dari profesi lain, misalnya pakar strategi Henry Kissinger berlatar belakang sejarah, Thomas Schelling berlatar belakang ekonomi, dan Albert Wohlsetter berlatar belakang matematika. Para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Definisi lain dikemukakan oleh Anwar Arifin (Hutomo, 2017) strategi dinyatakan sebagai "keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan". Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa dalam menjalankan strategi harus ada perencanaan yang jelas terutama langkah-langkah apa saja akan di tetapkan dalam mencapai tujuan. Strategi tidak cukup hanya perumusan konsep

dan implementasi terhadap strategi tersebut melainkan juga dibutuhkan evaluasi terhadap strategi yang telah dilakukan berhasil atau tidak.

Rogers (1986) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui atmosfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan John Middleton (2002) membuat definisi dengan menyatakan “strategi komunikasi merupakan kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2014).

Menurut Ely D. Gomez dalam buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi (Cangara, 2014), bahwa membicarakan kebijaksanaan komunikasi bisa saja dilakukan tanpa membicarakan perencanaan komunikasi, tetapi membicarakan perencanaan komunikasi tidak mungkin dilakukan tanpa mengaitkan dengan kebijaksanaan komunikasi. Sebab kebijaksanaan komunikasi merupakan perencanaan strategik jangka panjang yang harus dijabarkan ke dalam perencanaan operasional.

Persoalan yang timbul adalah konsep strategi komunikasi kadang disamakan dengan kebijakan komunikasi (*communication policy*), padahal strategi komunikasi adalah kiat atau taktik yang bisa dilakukan dalam melaksanakan perencanaan komunikasi. Konsep strategi memang kadang juga mengalami duplikasi dengan konsep perencanaan strategik yang nota bene adalah kebijaksanaan komunikasi. Salah satu unsur yang terdapat pada strategi komunikasi bencana yaitu penggunaan metode, teknik, dan unsur komunikasi, yang nantinya dapat menjadi suatu tindakan awal demi terciptanya tujuan yang diinginkan.

Penetapan strategi komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dasar dari komunikasi itu sendiri, yaitu *who say what, to whom through what channels, and what effect*. Oleh karena itu, dalam buku perencanaan dan strategi komunikasi (Cangara, 2014), dalam menjalankan strategi komunikasi harus diawali langkah-langkah sebagai berikut:

1. Memilih dan Menetapkan Komunikator

Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali utama semua aktivitas komunikasi, karena itu jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik. Maka kesalahan utama bersumber dari komunikator, karena komunikator yang mampu memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan penting. Untuk itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas. Ada 3 syarat yang harus dipenuhi oleh seorang komunikator yaitu, tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (*kredibilitas*), daya tarik (*attractive*), kekuatan (*power*). Kredibilitas yang dimaksud yaitu seperangkat persepsi tentang kelebihankelebihan yang dimiliki seorang komunikator sehingga bisa diterima oleh target sasaran.

Menurut Josep Gobbel, seorang Menteri Propaganda Hitler dalam Peran Dunia II menyatakan bahwa untuk menjadi seorang komunikator yang handal dan efektif harus memiliki kredibilitas yang tinggi di mata pendengar. Menurut Aristoteles (Cangara, 2014), kredibilitas dapat diperoleh jika seorang komunikator memiliki *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* menunjukkan karakter kepribadian seseorang sehingga ucapannya dapat dipercaya, *pathos* merupakan kekuatan yang dimiliki oleh

komunikator dalam mengendalikan emosi pendengarnya, sedangkan logos ialah kekuatan yang dimiliki oleh seorang komunikator melalui argumentasinya.

Faktor lain yang penting dimiliki oleh seorang komunikator adalah daya tarik (*attractiveness*). Ketika dikaitkan dengan penanganan bencana tentu daya tarik sangat berpengaruh bagi jajaran pemerintah Kabupaten Luwu Utara maupun masyarakatnya. Sebab, daya tarik pada umumnya disebabkan karena cara penyampaian secara santun, murah senyum, cara berpakaian yang apik dan necis, dan ketegasan dalam bercakap.

2. Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak

Masyarakat sebagai makhluk sosial, sangat peka dengan hal-hal yang bersifat persuasif, propaganda, agitasi, dan perang urat syaraf. Hal ini disebabkan karena manusia memiliki kebebasan untuk memilih yang terbaik menurut fikiran dan pengalamannya. Di depan kita mungkin saja bisa mengatakan “ia” akan memilih yang kita tawarkan dalam artian tidak ingin mengecewakan seseorang, tetapi ketika hal tersebut mungkin saja “tidak” akan terealisasikan tanpa diketahui siapa pun. Tapi, disisi lain, sebagai manusia pasti memiliki rasa cinta dan keinginan untuk bersama dengan orang lain. Kebutuhan untuk hidup bersama dan bergabung dengan kelompok lain menjadi kebutuhan dalam bermasyarakat.

Dalam buku perencanaan dan strategi komunikasi (Cangara, 2014), masyarakat ada kelompok-kelompok yang menentukan besarnya pengaruh suatu program, diantaranya:

- a. Kelompok yang memberi izin, yaitu suatu lembaga atau badan (pemerintah) yang membuat peraturan dan memberi izin sebelum suatu program disebarluaskan
- b. Kelompok pendukung (jajaran forkopimda, BPBD) ialah kelompok yang mendukung dan setuju pada program yang akan dilaksanakan.

- c. Kelompok oposisi, yang merupakan mereka yang menentang atau bertentangan dengan ide perubahan yang ingin dilakukan.
- d. Kelompok evaluasi, mereka yang terdiri dari orang-orang yang mengkritisi dan memonitor jalannya suatu program. Seperti legislatif yang terus memantau pelaksanaan program, sejauhmana manfaat dan efeknya terhadap masyarakat.

Manusia tidak dapat dipisahkan dengan kelompok, maka masyarakat sering dikelompokkan menurut segmentasi. Misalnya ada kelompok masyarakat yang hidup dengan mata pencaharian sebagai petani, maka ia menjadi segmentasi petani. Ada kelompok masyarakat yang hidup dengan gaji sebagai pegawai pemerintah maka akan menjadi segmentasi pegawai, demikian pula ada segmentasi menurut agama, minat, pendidikan, jenis kelamin, usia dan lain-lain. Untuk mengetahui dan memahami segmentasi masyarakat tersebut, para peneliti sering kali memulai dengan memetakan (*scanning*) karakteristik masyarakat. Ada tiga cara yang bisa digunakan untuk memetakannya, yakni (Cangara, 2014):

- a. Aspek sosiodemografik, mencakup usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, tingkat pendapatan (income), agama, ideologi, etnis, termasuk kepemilikan media.
- b. Aspek profil psikologis, mencakup sikap yang tercermin dari kejiwaan masyarakat, misalnya temperamen, tenang, sabar, terbuka, emosional, tidak sabar, dendam, antipati, terus terang, tertutup berani, dan penakut.
- c. Aspek karakteristik perilaku masyarakat, mencakup kebiasaankebiasaan yang dijalani dalam kehidupan suatu masyarakat. Misalnya agamis (relegius), santun, suka pesta, dan mabukmabukan, tenggang rasa (tepo sliro), pelit dan ekonomis (serba perhitungan), individualism, jujur dan bertanggung jawab.

3. Teknik Menyusun Pesan

Pada hakikatnya pesan merupakan segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Kemampuan manusia menciptakan simbol membuktikan bahwa manusia sudah memiliki kebudayaan yang tinggi dalam berkomunikasi. Mulai dari simbol yang sederhana seperti bunyi, isyarat, dan warna sampai pada simbol-simbol

yang dimodifikasi dalam bentuk sinyal-sinyal melalui gelombang udara dan cahaya. Melalui radio, televisi, telegram, telex, dan satelit.

Menurut bentuknya, simbol yang disampaikan dapat dibedakan atas dua macam, yakni simbol verbal dan non verbal. Simbol verbal yang dimaksud yaitu dengan menggunakan bahasa yang mana bahasa merupakan seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti dan dapat membantu dalam menyusun struktur pengetahuan menjadi logis dan mudah dimengerti oleh orang lain. Bagaimanapun bagusnya sebuah ide, kalau tidak disusun menurut struktur bahasa yang benar dengan sendirinya maka ide yang baik akan menjadi kacau. Tanpa bahasa manusia sulit untuk berfikir, bahasalah yang memengaruhi persepsi dan pola berfikir seseorang.

Pesan sangat tergantung pada program yang akan disampaikan. Dalam artian jika program itu bersifat komersil untuk mengajak orang agar mau mengikuti program tersebut, maka pesan yang harus disampaikan harus bersifat persuasif dan propokatif, sedangkan jika program tersebut merupakan suatu penyuluhan untuk menyadarkan masyarakat maka sifat dari pesan tersebut harus persuasif dan edukatif. Tetapi jika pesan yang disampaikan harus untuk sekadar diketahui oleh masyarakat maka sifat pesannya harus bersifat informatif. Pesan yang bersifat informatif sebenarnya harus melekat pada semua jenis program apakah itu komersil, politik, penyuluhan, dan informasi publik, sebab sebuah pesan yang tidak memiliki nuansa informatif bisa menimbulkan kesalahan persepsi. Maka, ada tiga teori yang membicarakan tentang penyusunan pesan, yakni (Cangara, 2014):

- a. *Over power'em theory*. Teori ini menunjukkan bahwa bila pesan sering kali diulang, panjang dan cukup keras, maka pesan itu akan berlalu dari khalayak

- b. *Glamour theory*. Suatu pesan (ide) yang dikemas dengan cara cantik, kreatif, inovatif, kemudian ditawarkan dengan daya persuasi, maka khalayak akan tertarik untuk memiliki ide tersebut.
- c. *Don't tele'em theory*. Bila suatu ide tidak disampaikan kepada orang lain, maka mereka tidak akan memegangnya dan menanyakannya. Karena itu mereka tidak akan membuat pendapat tentang ide tersebut.

Selain itu, terdapat juga teknik penyusunan pesan dalam bentuk (1) one-side issue, yaitu teknik penyampaian pesan yang menonjolkan sisi kebaikan atau keburukan sesuatu. Dalam artian seorang komunikator dalam menyampaikan sesuatu harus memberi tekanan apakah pada kebaikannya atau sebaliknya pada keburukannya. Teknik penyampaian pesan seperti ini hanya cocok untuk mereka yang kurang berpendidikan, sehingga tidak mempunyai alternatif pilihan. (2) Two-side issue, yaitu teknik penyampaian pesan di mana komunikator selain mengemukakan yang baik-baik, juga menyampaikan hal yang kurang baik. Komunikator memberi kesempatan kepada khalayak untuk berfikir apakah ada keuntungan jika melaksanakan informasi yang diterimanya. Biasanya teknik seperti ini lebih cocok disampaikan kepada khalayak yang berpendidikan dan bersikap kritis. Untuk mengelola dan menyusun pesan yang mengena dan efektif perlu memerhatikan beberapa hal, yaitu (Cangara, 2014):

- a. Harus menguasai lebih dahulu pesan yang disampaikan, termasuk struktur penyusunannya yang sistematis.
- b. Mampu mengemukakan argumentasi secara logis, untuk itu harus mempunyai alasan berupa fakta dan pendapat yang bisa mendukung materi yang disajikan.
- c. Memiliki kemampuan untuk membuat intonasi bahasa (vocal) serta gerakan-gerakan tubuh yang dapat menarik perhatian pendengar.
- d. Memiliki kemampuan untuk membumbui pesan berupa humor untuk menarik perhatian dan mengurangi rasa bosan pendengar.

Selain simbol verbal, maka tidak kalah pentingnya adalah penggunaan simbol non verbal. Simbol non verbal biasa disebut bahasa isyarat, bahasa tubuh (body language) atau bahasa diam (*silent language*). Simbol non verbal yang digunakan

dalam berkomunikasi sudah lama menarik perhatian para ahli antropologi dan linguistik, bahkan dalam bidang kedokteran. Dalam pesan tentu terdapat teknik penyampaian pesan yang bersifat informatif, persuasif, dan mendidik, yang akan diuraikan di bawah ini:

- a. Pesan bersifat informatif, dalam kehidupan sehari-hari informasi sering kali dikaitkan dengan makna berita, penerangan, dan pengetahuan. Sifat informasi dapat dibedakan menjadi 2 macam, yakni informasi bersifat aktual dan informasi bersifat umum. Aktual yang dimaksud yaitu ditandai dengan “kebaruan” terkait perkembangan terkini penanganan bencana, sementara yang bersifat umum digolongkan dalam kategori publikasi, seperti seminar, ataukah berita kunjungan ke lokasi bencana.
- b. Pesan bersifat persuasif, semua kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam hubungan antara manusia memiliki tujuan. Penyusunan pesan yang bersifat persuasi memiliki sebuah proposisi, yakni adanya hal yang diperoleh sumber dari penerima atas pesan yang disampaiannya. Dalam artian setiap pesan yang dibuat diharapkan akan menghasilkan perubahan tingkah laku, sikap, dan pengetahuan terkait bencana, baik itu pesan yang menakutkan, pesan penuh emosi (diskriminasi), pesan penuh janji-janji, pesan yang penuh dorongan (motivasi), dan pesan yang penuh humor.
- c. Pesan yang bersifat mendidik (edukatif), jika pesan informatif tekanannya pada unsur kognitif, maka pesan yang bersifat mendidik punya tekanan pada unsur kognitif, afektif, dan psikomotorik terkait edukasi akan pentingnya menjaga lingkungan sekitar.

4. Memilih Media atau Saluran Komunikasi

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Isi pesan yang dimaksud yaitu kemasan pesan yang ditujukan untuk masyarakat luas dan kemasan pesan untuk komunitas tertentu. Untuk masyarakat luas, pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa misalnya surat kabar atau televisi, dan untuk komunitas tertentu digunakan media selebaran atau saluran komunikasi kelompok. Sebenarnya dalam menentukan jenis media yang akan digunakan, sering kali terjadi pegeseran. Hal ini disebabkan perkembangan media itu sendiri selalu berubah dan berkembang dari waktu ke waktu secara cepat. Misalnya media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), media elektronik (radio dan tv) media luar ruangan dan

media tradisional sudah digolongkan sebagai media lama (konvensional), sedangkan internet dan telepon seluler (handphone) digolongkan sebagai media baru (new media). Maka akan diuraikan di bawah ini (Cangara, 2014):

- a. Media cetak yang merupakan saluran komunikasi di mana pesan-pesan verbalnya (tertulis) maupun dalam bentuk gambar-gambar dilakukan dalam bentuk tercetak yang dapat terbaca.
- b. Media elektronik yang mana pesan-pesannya disampaikan melalui getaran listrik yang diterima oleh pesawat penerima tertentu (radio dan televisi),
- c. Media luar ruangan (Outdoor Media) yang biasa dikaitkan dengan dunia estetika dalam bentuk lukisan dan ditempatkan pada tempat-tempat yang ramai dilihat oleh banyak orang (spanduk, baliho, reklame, dimobil atau kereta, electronic board, bendera, umbul-umbul).
- d. Media format kecil yang biasanya terdiri atas berbagai macam media, tetapi bentuknya lebih kecil, dan isinya terkadang terfokus pada satu macam informasi (buletin, selebaran, brosur, poster, kalender, stiker, lencana, kaos oblong, dasi, blacknotes, payung, topi, dan sebagainya)
- e. Saluran komunikasi kelompok (arisan atau pengajian, perkawinan, pesta panen, rukun kampung, asrama, sekertariat),
- f. Saluran komunikasi publik yang dapat dikatakan komunikasi secara tatap muka, terbuka dan langsung biasanya dalam bentuk (kampanye, rapat akbar, rumah ibadah, turnamen olahraga),
- g. Saluran komunikasi antarpribadi merupakan suatu bentuk komunikasi yang berlangsung secara tatap muka, tetapi karena pesan-pesannya sangat privacy dan tidak boleh didengar oleh orang lain kecuali mereka berdua yang terlibat langsung dalam komunikasi (melalui surat, telepon, sms, anggota keluarga, teman dekat, sahabat, dan teman kantor),
- h. Saluran komunikasi tradisional, saluran ini banyak ditemukan di daerah pedalaman yang masih kental dengan sistem adat (pesta adat, upacara kematian, pesta panen, upacara perdamaian dan sebagainya).
- i. Saluran media baru (new media), seperti telepon dan sms, selain itu media baru tersebut muncul pada tahun 1990 yang menggambarkan munculnya teknologi interaktif dan komunikasi jejaring (network communication), khususnya internet yang akan mengubah kehidupan masyarakat dalam berkomunikasi

Media massa dapat bertindak sebagai agen pendukung operasional manajemen suatu departemen atau paling jauh sebagai rekan pemerintah dalam menghadapi bencana yang akan, sedang dan telah terjadi. Penanganan informasi bencana yang dilakukan media pun, pada kapasitas media sebagai sumber informasi harus mengacu pada strategi nasional penanganan bencana karena ketidakakuratan informasi berpeluang menciptakan bencana baru dalam bencana yang tengah terjadi.

Perlu diingat bahwa periode pasca bencana jauh lebih panjang dari peristiwa bencana yang terjadi. Faktor tersebut dapat membuat media massa berperan dalam membangun dialog agar proses pemulihan pasca bencana berlangsung dengan cepat dan mampu membangun sinergi dengan seluruh elemen masyarakat. Penyampaian informasi dan manajemen bencana yang cepat juga dapat dilakukan melalui komunikasi yang menggunakan media baru, seperti seluruh aset media digitalisasi.

5. Penyebarluasan Media Komunikasi

Penyebaran media sangat menentukan keberhasilan suatu program, sebab jika tidak selain akan membuang waktu dan tenaga juga bisa menjadi pemborosan dari segi uang. Penyebaran media pada prinsipnya berbeda satu sama lain, tergantung dari sifat, karakteristik dan jangkauan media itu sendiri. Misalnya penyebaran media cetak tidak sama dengan penyebaran dengan media elektronik, demikian penyebaran media elektronik tidak sama dengan media luar ruangan dan media format kecil. Berbeda dengan media televisi, perencana komunikasi harus mengetahui prime time dan kemampuan jangkauan siaran ke wilayah mana saja bisa diterima, sebab tidak semua stasiun televisi di Jakarta dapat diterima di daerah. Seorang perencana komunikasi sedapat mungkin bisa memanfaatkan peluang untuk mengisi ruang-ruang publik yang tersedia di media elektronik seperti TV, Misalnya talkshow, liputan program, interaktif dan semacamnya.

Demikian juga dengan media radio, perlu ia meminta kepada reporter untuk mewawancarainya tentang hal-hal yang perlu disampaikan kepada masyarakat. Seorang perencana komunikasi yang cerdas dan profesional harus mampu menggunakan media setiap saat, kapan dan di mana pun. Untuk media luar ruangan seperti spanduk, baliho, reklame, bendera, dan umbul-umbul, penempatannya harus pada lokasi yang bisa menarik perhatian orang yang lalu lalang. Persoalan yang bisa

muncul yakni adanya aturan dari Dinas kebersihan dan Tata Kota agar penempatan media luar ruang sedapat mungkin tidak mengurangi keindahan kota.

6. Menganalisis Efek Komunikasi

Semua program komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan, yakni memengaruhi target khalayak. Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang difikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh sangat penting dalam proses komunikasi. Tujuannya untuk mengetahui berhasil tidaknya kegiatan komunikasi yang kita lakukan. Pengaruh dapat dikatakan mengenai jika pengaruh (P) yang terjadi pada penerima informasi sama dengan tujuan (T) yang diinginkan oleh komunikator atau sumber ($P=T$) atau dengan kata lain pengaruh (P) yang dihasilkan oleh proses komunikasi sangat ditentukan oleh Sumber, Pesan, Media, dan Penerima atau dengan formula ($P=S/Ps/M/Pn$) Pengaruh dapat terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (knowledge) sikap (attitude) dan perilaku (behavior).

Pada tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat (opinion). Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap, adalah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisasi dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukan terhadap suatu objek. Dalam banyak hal, terutama yang berkaitan dengan kepercayaan atau ideologi, orang berubah sikap karena melihat bahwa apa yang tadinya dipercaya tidak benar. Oleh karena itu ia berubah sikap untuk mengganti kepercayaannya. Sementara yang dimaksud dengan perubahan perilaku ialah perubahan yang terjadi dalam bentuk tindakan. Ada empat macam efek perubahanyang bisa ditimbulkan sebuah gagasan, yakni (Cangara, 2014):

- a. Turbulent, yaitu suatu perubahan yang begitu cepat dan luas dalam suatu lingkungan yang memerlukan perencanaan jangka pendek yakni antara 1-2 tahun.
- b. Unstable, yaitu cepat tapi perubahannya kecil sehingga penanganannya memerlukan perencanaan untuk 2-3 tahun.
- c. Transitional, yakni lambat tetapi perubahannya luas sehingga diperlukan perencanaan untuk jangka waktu 3-5 tahun.
- d. Stable, yaitu lambat dan perubahan yang ditimbulkan kecil sehingga perencanaan diperlukan untuk jangka waktu 5-20 tahun.

Dari berbagai studi yang pernah dilakukan terhadap pengaruh dalam komunikasi, ditemukan bahwa komunikasi massa lebih banyak berpengaruh terhadap pengetahuan dan wawasan seseorang, sedangkan komunikasi antarpribadi cenderung berpengaruh pada sikap dan perilaku. Studi yang sama juga pernah dilakukan pada 1930-an dengan temuan bahwa mendengar pidato langsung dilapangan terbuka (komunikasi publik) cenderung membakar emosional pendengar dari pada melalui radio. Demikian juga halnya studi Lazarsfeld & Katz (1955) di Eric Country Iowa (AS) ditemukan bahwa kontak pribadi (komunikasi antarpribadi) lebih tinggi pengaruhnya dalam mengajak seseorang untuk memilih dari pada melalui media massa (komunikasi massa). Disisi lain sesudah televisi tampil sebagai primadona dalam 5 dekade terakhir ini, ditemukan bahwa ternyata televisi lebih efektif dalam memengaruhi perilaku masyarakat.

7. Mobilisasi Kelompok Berpengaruh

Dalam berbagai program komunikasi, apakah itu penyadaran masyarakat, pemasaran, promosi, kampanye politik, selain dilakukan dalam bentuk media maka mobilisasi massa juga perlu dilakukan. Mobilisasi dilakukan dengan menggerakkan masyarakat untuk bisa mengerti, memahami, dan menerima program-program yang ditawarkan. Untuk menggerakkan atau memobilisasi masyarakat tentu tidak mudah, apalagi dalam situasi seperti ini yang penuh dengan keterpurukan akibat bencana di mana orang merasa sudah tidak terlalu bergantung pada orang lain. Kekhawatiran

yang hadir sikap individualisme dan kapitalisme lebih menonjol ketimbang solidaritas kelompok atau kaum sosialis.

Namun di beberapa negara sedang berkembang di Asia khususnya negara Indonesia masih ditemui warga dalam mengambil keputusan masih bergantung pada tokoh-tokoh formal dan informal, terutama mereka yang masih tinggal di daerah pedesaan. Di mana warga memiliki hubungan yang sangat erat dengan para tokoh-tokoh formal dan informal tersebut. Seperti halnya tokoh formal camat, kepala desa, kepala dusun, ketua RT/RW. Sedangkan tokoh informal seperti imam desa, guru, tetua adat, punggawa, dan sebagainya. Adapun ciri-ciri tokoh masyarakat yang terdapat di daerah pedesaan, antara lain (Cangara, 2014):

1. Lebih berpendidikan
2. Lebih tinggi status ekonominya
3. Diterpa oleh media komunikasi
4. Kosmopolit
5. Inovatif
6. Memiliki partisipatif sosial yang tinggi
7. Memiliki kontak dengan agen pembaharuan (komunikator pembangunan)
8. Concern dengan sistem budaya setempat
9. Homophily dengan lingkungan masyarakatnya.

Untuk menggerakkan masyarakat agar dapat menerima program-program yang dikomunikasikan, maka peran tokoh masyarakat sangat penting. Seorang perencana komunikasi yang profesional akan mengetahui dan bisa menghubungi para tokoh masyarakat ini untuk memperoleh dukungan terhadap program yang ditawarkan. Ada beberapa saluran komunikasi yang dapat digunakan untuk menggerakkan atau memobilisasi massa, antara lain:

1. Saluran komunikasi publik dengan cara memobilisasi massa untuk menghadiri rapat koordinasi.
2. Saluran komunikasi sosial melalui kegiatan-kegiatan kemasyarakatan, dalam media baru bisa digunakan Facebook, Twitter, Telegram, Instagram, Digital Art, Youtube, dan Website.
3. Saluran komunikasi antar pribadi misalnya surat, telepon, sms, sahabat maupun kerabat.

Setiap proses penanganan bencana selalu melibatkan peran komunikasi, baik komunikasi interpersonal, kelompok, organisasi, publik, media massa, media interaktif, dan komunikasi lintas budaya. Komunikasi sebagai manajemen, artinya komunikasi yang disampaikan dan diterima oleh masyarakat menjadi dasar pelaksanaan tindakan tertentu. Komunikasi sebagai sarana sosialisasi, artinya komunikasi yang dilancarkan akan menyadarkan orang lain tentang berita tertentu.

8. Evaluasi Komunikasi

Evaluasi dapat dikatakan sebagai metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang ingin dicapai sebelumnya. Evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauhmana keberhasilan suatu program. Kegiatan komunikasi dapat dilakukan bertitik tolak dari tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, apakah tercapai atau tidak, atau apakah tingkat pencapaiannya cukup tinggi atau rendah. Evaluasi dapat dilakukan dengan dua cara, yakni evaluasi program dan evaluasi manajemen (Cangara, 2014)

- a. Evaluasi Program, yang biasa disebut dengan evaluasi sumatif (summative evaluation), di mana evaluasi ini memiliki fokus untuk melihat: sejauhmana tujuan akhir yang ingin dicapai (goal) dari suatu kegiatan, apakah terpenuhi atau tidak, untuk melakukan modifikasi tujuan program dan strategi.
- b. Evaluasi Manajemen, yang biasa disebut dengan evaluasi formatif (formative evaluation). Evaluasi ini memiliki fokus terhadap pencapaian operasional kegiatan, seperti: apakah hal yang dilakukan masih dalam tataran rencana yang telah ditetapkan, apakah pelaksanaan kegiatan berjalan lancar, apakah usaha yang dilakukan mengalami kemajuan atau tidak, dan bagaimana mengatasi suatu hambatan.

Oleh sebab itu, tujuan strategi komunikasi yang dikemukakan oleh R. Wayne Pace, Brent D. Peterson & M. Dallas Burnett (1979) dalam buku yang berjudul *Techniques for Effective Communication*, dikutip dari (Hutomo, 2017), yaitu yang pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa penerima pesan

mengerti pesan yang diterimanya, dan apabila sudah menerima dan dapat mengerti, maka yang diterima tersebut itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya setelah di mengerti, kemudian atau dibina, maka selanjutnya kegiatan dimotivasi (*to motivate action*), bahkan fungsi dari strategi komunikasi salah satunya yaitu proses menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan edukatif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.

E. Etnis

Etnis atau suku merupakan suatu kesatuan sosial yang dapat dibedakan dari kesatuannya lain berdasarkan akar dan identitas kebudayaan, terutama bahasa. Dengan kata lain etnis adalah kelompok manusia yang terikat oleh kesadaran dan identitas tadi sering kali dikuatkan oleh kesatuan bahasa (Koentjaraningrat, 2007). Dari pendapat di atas dapat dilihat bahwa etnis ditentukan oleh adanya kesadaran kelompok, pengakuan akan kesatuan kebudayaan dan juga persamaan asal-usul. Wilbinson (Koentjaraningrat, 2007) mengatakan bahwa pengertian etnis mungkin mencakup dari warna kulit sampai asal usul acuan kepercayaan, status kelompok minoritas, kelas stratifikasi, keanggotaan politik bahkan program belajar.

Wilbinson (Koentjaraningrat, 2007) mengatakan bahwa pengertian etnis mungkin mencakup dari warna kulit sampai asal usul acuan kepercayaan, status kelompok minoritas, kelas stratifikasi, keanggotaan politik bahkan program belajar. Selanjutnya Koentjaraningrat (2007) juga menjelaskan bahwa etnis dapat ditentukan berdasarkan persamaan asal-usul yang merupakan salah satu faktor yang dapat menimbulkan suatu ikatan. Berdasarkan teori-teori di atas dapat disimpulkan bahwa etnis atau suku merupakan suatu kesatuan sosial yang dapat membedakan kesatuan berdasarkan persamaan asal-usul seseorang sehingga dapat dikategorikan dalam

status kelompok mana ia dimasukkan. Istilah etnis ini digunakan untuk mengacu pada satu kelompok, atau kategori sosial yang perbedaannya terletak pada kriteria kebudayaan.

Dalam masyarakat etnis, kelompok masyarakat etnis ini mempunyai sebuah teritori dan sangat terikat di atas organisasi politiknya seperti misalnya yang terlihat didalam suatu negara nasional. Bentuk yang terakhir inilah yang kita sebut konsep suatu bangsa. Dalam bentuk bangsa ini telah merangkum berbagai tingkat etnisitas dalam hal memiliki jaringan dan hubungan-hubungan tertentu dimana para anggotanya berinteraksi secara teratur, mempunyai minat yang sama dan memiliki organisasi-organisasi untuk mencapai tujuantujuan kolektif.

Menurut Suryadinata (2003) di Indonesia secara relatif terdapat kesetiaan etnis (*ethnic loyalty*) yang relatif tinggi dan bahwa partai politik Indonesia dipengaruhi oleh etnisitas. Etnis merupakan sebuah kelompok masyarakat yang mempunyai kesamaan dari berbagai aspek, baik aspek sejarah, aspek dari segi nenek moyang, serta aspek asal usul dan bahasa yang menjadi dalam simbol-simbol yang khas dari kelompok etnis tersebut, seperti agama, pakaian dan juga budaya tradisi yang dimilikinya. Secara singkat, sebuah kelompok etnisitas ini didefinisikan menjadi kelompok masyarakat yang dimana berbeda dari segi budaya dengan kelompok masyarakat lain. Dalam wilayah kenegaraan memiliki beragam etnisitas yang dimana masing-masing dari setiap kelompok etnis tersebut memiliki ciri yang mudah dibedakan dari kelompok etnis yang lain (International Encyclopedia of Social Science, vol.3).

Menurut Asmore (2001) kata etnis merupakan suatu kelompok sosial atau bisa diidentifikasi sosial, maksudnya yakni bahwasanya etnis merupakan konsep yang dibuat oleh masyarakat melalui ciri khas sosial yang dimilikinya oleh sekelompok masyarakat yang menjadi pembeda dengan sekelompok masyarakat yang lain. jadi

kategori pengelompokan masyarakat kedalam suatu etnis berdasarkan pada bagaimana mereka bersosial, bukan dilihat dari berbagai faktor yang lain, baik itu faktor ekonomi, teknologi, dll.

Etnisitas pada dasarnya merupakan bentuk kelompok yang sama dalam melakukan kebiasaan pada kelompok itu sendiri, seperti bahasa, beribadah, sosial, budaya, sikap dan sistem politik, yang tersebar diseluruh kepulauan nusantara. Pada hakikatnyaterdapat empatkomponenutamadalam bentuk-bentuk etnisitas: 1. Sadarnya etnisitas (ethnic awareness), seseorang sadar akan etnis yang dimilikinya bahwasanya berbeda dengan etnis kelompok lain. 2. Mengetahui diri etnis (ethnic self-identification), label atau image dari kelompoknya sendiri 3. Sikap dari etnis (ethnic attitudes), rasa tentang diri sendiri dengan etnis atau kelompok lain. 4. Kelakuan dari etnis (ethnic behaviors), kegiata-kegiatan dari tingkah lku yang menonjol pada suatu organisasi atau kelompok masyarakat etnis tertentu.

F. Konsep Ras

Menurut Horton, ras adalah suatu kelompok manusia yang agak berbeda dengan kelompok kelompok lainnya,selain dalam segi ciri-ciri fisik bawaan, dalam banyak hal juga ditentukan oleh pengertian yang digunakan oleh masyarakat 19 Istilah ras seringkali diidentifikasi dengan perbedaan warna kulit manusia, diantaranya ada sebagian kelompok manusia berkulit putih, sawo matang, dan hitam.Tampaknya ada apa di balik warna kulit manusia. Itulah yang menjadi pertanyaan.Pada masa lalu perasaan kaum kulit putih, dimana segala bentuk eksploitasi terhadap kaum kulit hitam oleh kaum kulit telah memicu konflik rasial. Pada masa lalu banyak negara-negara yang memosisikan warga kulit hitam sebagai warga negara kelas dua, yang secara politis dan secara yuridis hak-hak kaum kulit hitam sering diabaikan.Banyak

negara yang mengabaikan peran kelompok kulit hitam. Akan tetapi, berbagai bentuk perjuangan melawan diskriminasi ras kulit hitam yang dilancarkan di berbagai negara dengan berbagai cara, baik melalui media seni hingga cara yang kontroversial, maka diskriminasi rasial telah berhasil dikikis sedikit demi sedikit.

Teori- teori rasis mengatakan bahwa ras manusia yang berbedabeda mempunyai bakat-bakat sosial dan intelektual yang tidak sama dan tidak merata. Mereka menganggap beberapa ras secara biologis lebih rendah dari yang lain. misalnya, sebagai tidak mampu mengorganisir dan mempertahankan masyarakat modern pada tingkat yang maju. Akan tetapi ras-ras yang “lebih rendah” tidak mengakui ketidakmampuannya. Konsekuensinya, ada pertentangan antara ras-ras yang lebih rendah dan yang lebih tinggi untuk memperoleh dan melaksanakan kekuasaan politik, menurut teori rasis, hanya ras superior yang mampu memerintah bagi kepentingan setiap orang dan dengan demikian memajukan peradaban. Ras-ras inferior tidak dapat melaksanakannya, namun tidak mau mengakui kerendahannya. karena itu, mereka berjuang melawan ras-ras superior, mencoba untuk menghindari penguasaannya (Duverger 2010)

Konsep tentang ras selalu mengacu pada gagasan untuk membagi manusia ke dalam phenotype mereka (misalnya, tampilan fisik, seperti warna kulit dan tipe rambut) dan genotype (misalnya, perbedaan genetik). Sering kali ras diartikan sebagai suatu sistem yang mengklasifikasikan perbedaan antara orang-orang kaukasian, negroid, dan ras mongoloid. Meskipun demikian, dalam ilmu genetika modern, perbedaan semacam itu ditolak. Dalam perkembangan ini, sebagai akibat migrasi yang luas, identitas ras itu menjadi makin tidak jelas karena terjadi perkawinan antar ras yang membuat manusia menampilkan ras tertentu yang berbeda dengan ras aslinya, inilah masalah yang sangat ekstrim (Liliweri, 2005)

Indonesia merupakan Negara kepulauan yang terdiri dari beragam etnis dan ras. Masing-masing etnis mempunyai ciri khas dan identitas yang berbeda. Seringkali etnis disamakan dengan ras pada hal keduanya berbeda. Etnis adalah konsep kultural yang terpusat pada kesamaan norma, nilai, agama, simbol, dan praktik kultural. Sedangkan ras merujuk pada garis karakteristik biologis dan diyakini yang paling menonjol adalah pigmentasi kulit (Barker, 2008:203). Misalnya kulit putih, rambut hitam, dan sebagainya.

Melalui media keberagaman etnis seringkali ditampilkan. Misalnya media menyebut dan mengelompokkan berbagai etnis yang kita kenal seperti etnis Jawa, etnis Papua, etnis Batak, etnis Padang, dan etnis Sunda. Dalam dunia film, keragaman etnis menjadi lebih nyata dan terbagi dalam kelompok-kelompok etnis, yang dibingkai dalam sebuah cerita. Etnis-etnis tersebut digambarkan melalui bahasa, logat, dialek, ekspresi dan karakteristik yang dilekatkan pada masing-masing tokoh. Penggambaran terhadap beragam etnis tersebut sering terwujud melalui pewartaan media massa lewat berita, program sinetron atau tayangantayangan program televisi.

Terkadang penggambaran yang diperlihatkan oleh media pada etnis tertentu memungkinkan terjadi persepsi ras, stereotip, dan pembentukan identitas pada suatu etnis tertentu. Konsep ras merujuk pada apa yang dikatakan Hall (dalam Barker, 2008:203), bahwa ras adalah suatu konstruksi sosial dan bukan suatu kategori universal atau kategori esensial biologis atau kultural. Hal ini memunculkan suatu konstruksi etnis melalui ras yang menimbulkan pandangan umum pada suatu etnis tertentu dalam masyarakat yang membuat ras tertentu lebih dominan daripada yang lainnya.

G. De-rasialisasi: Menuju Universalisme

Dalam dua dan satu dekade terakhir sebelum memasuki abad \ kedua puluh satu telah melihat semakin banyak pengalaman rasial di mana orang Afrika-Amerika makin banyak yang terpilih untuk jabatan politik di komunitas di mana mayoritas konstituennya bukan kulit hitam. Selama periode yang sama, para pakar telah mengalihkan perhatian mereka ke cara di mana pejabat terpilih ini mewakili kepentingan konstituen kulit hitam mereka dan bagaimana konsep “politisi kulit hitam” mulai berubah. Padahal di masa lalu mereka cenderung digolongkan sebagai gerakan politisi kulit hitam untuk mewakili kepentingan konstituen kulit hitam mereka sebagai “deracialized” atau “dirasialisasikan”.

Rasialisasi/etnisitas berfokus pada politik yang menjadikan isu-isu hitam sebagai agenda utama yang secara demografis telah berubah. Hal ini terlihat dari lingkungan dan penerimaan yang makin besar terhadap politisi Afrika-Amerika di posisi kekuasaan. Para pengamat melihat para politisi kulit hitam tidak lagi mengutamakan seruan rasial untuk memajukan ambisi mereka. Mereka juga menemukan kurangnya perhatian terhadap perbedaan rasial di antara para konstituen, dan sudah tidak efektif dalam mengatasi mengapa kelompok-kelompok tertentu menderita secara tidak proporsional dibandingkan dengan yang lain dalam berbagai masalah.

Akibatnya, alih-alih terus melakukan upaya untuk mewakili kepentingan kulit hitam dalam bingkai politik rasial atau de-rasial, para walikota Afrika-Amerika yang terpilih untuk menjabat di kota-kota kulit hitam non-mayoritas semakin mengadopsi strategi pemerintahan untuk menguniversalkan kepentingan kulit hitam sebagai kepentingan yang penting untuk kebaikan bersama.

Untuk “menyeragamkan” kepentingan kulit hitam menunjukkan bahwa walikota berusaha untuk mendapatkan dukungan yang signifikan dari kulit putih (atau non-kulit hitam lainnya) untuk kebijakan dan program yang menguntungkan komunitas kulit hitam. Dukungan tersebut diperoleh melalui retorika politik strategis dan proposal kebijakan/program yang menekankan atau setidaknya merujuk pada perbedaan ras dan/atau ras, yang menetapkan betapa pentingnya ras. Para walikota ini berhati-hati untuk tidak menyangkal momok ras tetapi juga tidak mengasingkan non-kulit hitam, walikota menyajikan kepentingan kulit hitam sebagai hal yang penting untuk kepentingan sosial ekonomi jangka panjang. Hasilnya: “menyeragamkan kepentingan orang kulit hitam,” meskipun kontroversial, dapat memungkinkan politisi kulit hitam untuk mewakili kepentingan orang Afrika-Amerika tanpa mengasingkan mayoritas konstituen mereka.

Beberapa cendekiawan menganggap “post-racial” atau “de-racialized” akan terus berlangsung. Namun, ada yang berpendapat bahwa universalisasi kepentingan orang kulit hitam bukanlah pendekatan “deracialized”. McCormick dan Jones mendefinisikan de-racialization sebagai “kampanye dengan gaya yang meredakan efek polarisasi ras dengan menghindari referensi eksplisit pada isu-isu spesifik ras”. Meskipun definisi ini terbatas pada strategi pemilu, para pakar melihat adanya upaya politisasi pemerintahan, dan karenanya tidak perlu diperpanjang untuk diterapkan. Jika pemahaman ini diterima, menjadi jelas bahwa banyak politisi kulit hitam tidak lagi “[menghindari] referensi eksplisit untuk isu-isu spesifik ras”.

Sebaliknya, dalam upaya mereka untuk mewakili kepentingan kulit hitam, mereka semakin memperhatikan perbedaan rasial jika sesuai dan menyusun retorika mereka dengan cara yang mendorong non-kulit hitam (yaitu, kulit putih) untuk tidak merasa terancam.

McCormick dan Jones juga mencatat bahwa pendekatan de-racialized “pada saat yang sama menekankan isu-isu yang dianggap transenden rasial. Sementara definisi McCormick dan Jones menekankan adanya kekosongan isu-isu spesifik mengenai ras dan advokasi isu-isu yang melampaui ras. Asumsi yang mendasari definisi tersebut adalah bahwa politisi kulit hitam yang menggunakan pendekatan ini tidak membahas topik ras.

Sebaliknya, mereka berusaha untuk “secara efektif meningkatkan kemungkinan dukungan pemilihan kulit putih” sehingga mereka dapat merebut atau mempertahankan jabatan publik. Mereka melakukannya, mungkin, hanya dengan melarikan diri dari ras dengan segala cara. Seperti yang akan kita lihat, perbedaan utama dalam pendekatan banyak politisi kulit hitam di abad kedua puluh satu, seperti Ford dan McLin, adalah bahwa banyak yang berusaha tidak hanya untuk memenangkan jabatan publik dan memperoleh jabatan kulit putih yang diperlukan suara tetapi juga untuk mewakili kepentingan kulit hitam dalam konteks konstituensi mayoritas kulit putih.

Namun, beberapa komponen deracialization tidak diragukan lagi hadir dalam pendekatan “menyeragamkan kepentingan kulit hitam”. McCormick dan Jones menekankan perlunya politisi kulit hitam untuk memproyeksikan citra yang aman kepada orang kulit putih yang disebut James Q. Wilson sebagai “citra yang tidak mengancam” agar membuat dukungan kulit putih lebih mungkin. Namun arti dari “citra yang tidak mengancam” telah berubah. Politisi kulit hitam yang pada abad kedua puluh lima berusaha mewakili kepentingan kulit hitam dan tidak ingin kehilangan dukungan dari beberapa orang kulit putih sering mendapat dukungan dari kulit putih liberal. Oleh karena itu, tujuan sebenarnya mereka tidak lagi memproyeksikan citra yang tidak mengancam. Karena mewakili kepentingan kulit hitam dan meyakinkan

orang kulit putih bahwa kepentingan kulit hitam tidak diwakili dengan mengorbankan kepentingan kulit putih.

Serangkaian pemilihan walikota Afrika-Amerika di kota-kota non-mayoritas-kulit hitam menguatkan tren menuju universalisasi kepentingan kulit hitam. *Di Ohio, Columbus, Toledo, Dayton, Cincinnati, Youngstown, dan Cleveland semuanya telah memilih walikota kulit hitam di abad kedua puluh satu.* Di luar Ohio banyak kota besar dengan sejarah walikota kulit hitam terus memilih mereka, seperti Washington DC, Atlanta, dan Baltimore. *Kota-kota lain dengan sejarah pemilihan walikota kulit hitam yang kurang mapan juga telah membawa mereka ke kantor, termasuk Buffalo, New York; Tallahassee, Florida; Iskandariyah, Virginia; Sacramento, California; Kolombia, Carolina Selatan; Philadelphia, Mississippi; Jacksonville, Florida; dan Seluler, Alabama.* *Tren ini menunjukkan bahwa orang kulit putih semakin bersedia untuk memilih kandidat walikota kulit hitam ketika mereka merasa bahwa kepentingan mereka tidak terancam.* Dengan kata lain, ketika walikota Amerika-Afrika dianggap mengejar kepentingan mayoritas dan bukan kepentingan ras tertentu. konstituen, kulit putih lebih mungkin untuk mendukung mereka. Tapi persepsi putih hanyalah satu bagian dari cerita.

Dukungan kulit putih yang nyata untuk walikota kulit hitam tidak termasuk penyebutan kepentingan walikota. Para pakar hanya tahu sedikit tentang apakah atau sejauh mana walikota kulit hitam yang telah mengumpulkan dukungan kulit putih secara pribadi ingin mewakili kepentingan mayoritas kulit putih setelah terpilih. Sejauh mereka melakukannya, kita tidak tahu apakah mereka melakukannya secara istimewa dalam hal nilai-nilai pribadi mereka atau di luar kepentingan pemilu. Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini penting, karena menjawab peran yang dimainkan oleh pengalaman rasial bersama ketika walikota kulit hitam mempertimbangkan

bagaimana (jika) mewakili kepentingan orang Amerika-Afrika di kota-kota non-mayoritas kulit hitam.

Diseluruh negeri pemilihan Walikota kulit hitam meningkatkan harapan pemilih kulit hitam, yang melihat walikota hitam sebagai mesias modern yang sekali dalam aparat akan secara dramatis mengubah masyarakat kulit hitam. Demikian pandangan pakar sosial dan ekonomi William E. Nelson dalam mengamati generasi pertama walikota hitam. Demikian pula, Michael B. Preston mengamati bahwa pemilih kulit hitam memandang walikota kulit hitam sebagai pemimpin baru yang akan membantu orang kulit hitam mencapai kekuasaan politik di daerah perkotaan. Keyakinan, oleh sebagian besar, adalah bahwa kekuatan politik juga akan membuka pintu bagi lebih banyak kekuatan ekonomi, serta meningkatkan kemungkinan keadilan sosial.

Walikota kulit hitam diharapkan untuk mencari ganti rugi atas kesalahan yang telah dilakukan pada orang kulit hitam begitu lama. Seperti yang Maynard Jackson, walikota kulit hitam pertama Atlanta, Georgia, komentari. Tingkat harapan orang kulit hitam ketika seorang kulit hitam Walikota terpilih sangat emosional sampai hampir dibesar-besarkan.

Akhirnya, literatur kongres memberikan petunjuk mengapa walikota kulit hitam diharapkan untuk secara aktif mengejar kepentingan kulit hitam di kota-kota non-mayoritas-kulit hitam. Katrina L. Gamble mencatat bahwa banyak anggota kongres kulit hitam memikul beban berat, karena mereka sering diharapkan untuk mewakili tidak hanya distrik mereka tetapi juga Amerika kulit hitam.

Selain itu, Richard F. Fenno menemukan bahwa anggota Kongres Afrika-Amerika cenderung menganggap konstituen kulit hitam mereka meluas di luar distrik geografis mereka untuk memasukkan orang kulit hitam secara nasional yang oleh beberapa orang disebut sebagai "perwakilan pengganti. Hal yang sama mungkin

berlaku untuk walikota kulit hitam, terutama mereka yang memiliki peran penting sebagai walikota kulit hitam pertama di negara mereka. kota.

Oleh karena itu, pertemuan pengalaman hidup, perasaan keterhubungan dengan orang Afrika-Amerika sebagai sebuah kelompok, dan komitmen untuk mewakili kepentingan kulit hitam bahkan dalam pola “perwakilan pengganti” akan membuat Walikota kulit hitam, dan khususnya Ford dan McLin, lebih mungkin untuk berkomitmen secara pribadi. Untuk mewakili kepentingan kulit hitam. Dengan demikian dapat diharapkan, bahwa mereka akan membuat upaya yang lebih sadar untuk secara aktif mengejar kebijakan dan program untuk meningkatkan kualitas hidup penduduk kulit hitam di kota mereka.

Sekuat argumen pengalaman rasial bersama, beberapa sarjana kongres berpendapat bahwa teori yang berfokus pada pengalaman bersama mengabaikan perbedaan individu dan identitas multipel dan lintas sektoral di antara anggota kelompok yang terpinggirkan, mengunci anggota kelompok ke dalam identitas esensial dan mengubah perspektif kebijakan. Juga, beberapa sarjana perkotaan berpendapat bahwa walikota kulit hitam kontemporer menghadapi lebih banyak tantangan daripada walikota kulit hitam yang pertama kali terpilih di kota-kota besar. Oleh karena itu, bahkan dengan pengalaman dan sejarah bersama, teori menunjukkan bahwa secara umum walikota kulit hitam mungkin tidak bersedia atau mampu secara aktif mengejar kepentingan kulit hitam.

Dalam suatu studi yang dilakukan oleh Cornell West, ia mengacuhkan konsep hitam-putih, dan sebaliknya membayangkan pengembangan kebijakan yang dapat melayani konstituen dengan kebutuhan terbesar (termasuk tetapi tidak terbatas pada komunitas kulit hitam) dan secara bersamaan melayani mayoritas kulit putih. Mengadopsi apa yang disarankan Cornel West adalah "pendekatan hubungan

manusia" untuk memecahkan masalah yang meluas yang mengganggu orang kulit hitam di banyak kota Amerika adalah penting bagi walikota yang ingin menerapkan kebijakan dan program yang dirancang untuk meningkatkan kualitas hidup penduduk kulit hitam. Pendekatan seperti itu paling baik dipahami sebagai bentuk pemerintahan yang menarik secara langsung kemanusiaan rakyat.

West bertanya, bagaimana kita menangkap semangat dan visi baru untuk menghadapi tantangan Kota pasca-industri, budaya pasca-modern, dan politik pascapartai? Dia mengakui bahwa sumber bantuan yang paling berharga, harapan, dan kekuatan terdiri dari diri kita sendiri dan sejarah kita bersama. Kita harus memusatkan perhatian kita pada alun-alun umum kebaikan bersama, menghasilkan kepemimpinan baru, kepemimpinan yang visioner. Didasarkan pada pengorganisasian akar rumput yang menyoroti akuntabilitas demokrasi kita. Sehubungan dengan menangani isu-isu kulit hitam, West berusaha untuk menyingkirkan kesenjangan ideologis yang membingkai isu-isu hitam dari yang lain. Dia mengamati bahwa bagi kaum liberal, orang kulit hitam harus "diikut sertakan" dan "diintegrasikan" ke dalam masyarakat dan budaya kita, sedangkan bagi kaum konservatif mereka harus "berperilaku baik" dan "layak diterima" dengan cara hidup kita.

Menemukan situasi seperti itu tidak memadai, West menyimpulkan bahwa tidak ada kelompok yang memahami bahwa kehadiran dan kesulitan orang kulit hitam bukanlah tambahan atau pembelotan dari kehidupan Amerika, melainkan elemen konstitutif dari kehidupan itu. Oleh karena itu, untuk West, diperlukan kerangka kerja baru yang memandang orang kulit hitam dan kehadiran mereka dalam kehidupan Amerika sebagai orang Amerika. Dia berpendapat bahwa kerangka kerja semacam

itu harus dimulai dengan pengakuan yang jujur atas dasar kemanusiaan dan ke-Amerika-an kita masing-masing.

Donald Cunnigen juga menyerukan integrasi penuh masalah sosial dan ekonomi orang kulit hitam Amerika ke dalam tambal sulam masyarakat Amerika adalah kegagalan Amerika, dalam membangun komunikasi politik antara etnis kulit hitam dan putih, untuk mengakui kesamaannya mengenai masalah rasial terletak di jantung masalah. Orang kulit putih tidak boleh dibiarkan begitu saja dalam menghadapi kondisi masyarakat yang pada akhirnya akan mempengaruhi kehidupan mereka. Tidak mengherankan, banyak masalah yang dihadapi oleh komunitas kulit hitam, seperti kinerja yang buruk dari laki-laki kulit hitam muda, relokasi/outsourcing pekerjaan ke luar negeri, dan feminisasi kemiskinan, telah menjadi isu sosial dalam komunitas kulit putih.

Sementara West dan Cunnigen's pengamatan, yang saya sebut sebagai "pendekatan hubungan manusia," bersifat filosofis dan konseptual, mereka dapat diterapkan pada representasi walikota kulit hitam dari kepentingan kulit hitam di kota-kota non-mayoritas-kulit hitam. Aplikasi ini menghasilkan hipotesis bahwa dalam upaya mereka untuk mewakili orang kulit hitam dengan menguniversalkan kepentingan mereka dalam konteks non-mayoritas-kulit hitam, walikota kulit hitam dapat menemukan kesuksesan dengan menarik kondisi manusia bersama. Seruan semacam itu dimulai dengan retorika sukses yang meyakinkan orang kulit putih bahwa program dan kebijakan yang diusulkan akan memajukan kepentingan mereka juga.

Pendekatan ini memungkinkan walikota untuk secara aktif mengejar kepentingan kulit hitam tanpa mengancam konstituen mayoritas kulit putih mereka atau membuat orang kulit putih merasa bahwa kepentingan mereka diremehkan. Jika

dianut oleh walikota, pendekatan hubungan manusia (humanity) dapat memiliki manfaat rasial langsung tanpa menimbulkan momok perlakuan istimewa.

Pendekatan hubungan manusia berbeda dengan cara lain yang disarankan untuk membantu yang kurang beruntung. William Julius Wilson, misalnya, berpendapat bahwa “penekanan pada politik koalisi yang menampilkan kebijakan progresif dan netral ras” adalah cara terbaik untuk mengatasi masalah yang meluas yang dihadapi orang kulit hitam dan kelompok yang kurang beruntung lainnya. Metode ini, bisa dibilang, bergantung pada sedikit-sedikit. efek bawah, proses tidak langsung dari mendistribusikan sumber daya. Pendekatan hubungan manusia, di sisi lain, memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas hidup orang kulit hitam Amerika di abad kedua puluh satu. Banyak walikota kulit hitam di era modern memerintah dalam konteks non-mayoritas-kulit hitam yang memiliki hubungan ras yang menguntungkan dibandingkan dengan kota-kota yang diperintah oleh walikota kulit hitam pertama di negara itu.

Dengan generasi baru walikota kulit hitam, terjadi perubahan perspektif tentang bagaimana menggalang dukungan untuk pengembangan kebijakan dan program demi kepentingan orang kulit hitam. Jika kami menemukan bahwa walikota kulit hitam mengadopsi perspektif hubungan manusia, ini mungkin menunjukkan apa yang diharapkan Hajnal. Bahwa orang kulit putih akan mendukung kebijakan yang bekerja untuk meningkatkan kualitas hidup orang kulit hitam tanpa menyembunyikan ketakutan bahwa kesejahteraan mereka akan menderita sebagai akibatnya.

H. Kasus Politik Rasial

Amerika Serikat dan menjadi tonggak penting dalam pergerakan hak sipil. Ras, etnisitas, dan agama telah lama mempengaruhi politik Amerika Serikat,

seringkali membawa dampak yang kontroversial dan mendalam. Figur politik seperti Barack Obama, John F. Kennedy, dan Martin Luther King Jr. telah memainkan peran penting dalam menghadapi dan merespons tantangan ini.

a. Kasus Barack Obama

Barak Obama sebagai presiden Amerika Serikat pertama yang berkulit hitam, telah menghadapi sejumlah isu dan tantangan dalam politik yang berhubungan dengan rasialisme. Berikut beberapa kasus yang mencerminkan dampak politik yang melibatkan Obama dan isu rasial. Kontroversi Kelahiran: Sebelum menjadi presiden, Obama menghadapi tuduhan bahwa ia bukan warga negara Amerika Serikat yang sah dan bahwa ia bukan lahir di negara tersebut. Beberapa kelompok dan individu yang skeptis terhadap status kewarganegaraan Obama mengaitkannya dengan rasialisme, meskipun klaim ini tidak berdasar dan telah diabaikan oleh banyak pihak berwenang.

Kritik atas Kebijakan dan Penanganan Krisis: Selama masa jabatannya sebagai presiden, Obama menghadapi kritik terkait kebijakan dan penanganan beberapa krisis, seperti resesi ekonomi global dan perang melawan terorisme. Beberapa kritik tersebut mencakup pengungkapan sentimen rasial yang mengaitkannya dengan stereotip atau prasangka terhadap orang kulit hitam. Selama masa kampanye dan masa jabatannya, Obama menghadapi ancaman dan serangan yang jelas-jelas memiliki motif rasial. Beberapa individu dan kelompok ekstremis secara terbuka menyatakan kebencian dan prasangka rasial mereka terhadapnya, termasuk ancaman pembunuhan. Obama adalah orang multirasial, dengan ibu berkulit putih dan ayah berkulit hitam. Beberapa kelompok atau individu mengkritik atau meragukan identitas rasialnya, menggugat klaimnya sebagai orang kulit hitam

atau menggunakan argumen yang merendahkan rasnya sebagai bagian dari upaya untuk mencemooh atau membatasi pencapaian politiknya.

Selama masa jabatannya, Obama merespons kematian Trayvon Martin, seorang remaja kulit hitam yang ditembak mati oleh seorang penjaga lingkungan. Pernyataan Obama tentang masalah rasial yang muncul dari insiden ini memicu perdebatan luas di Amerika Serikat tentang keadilan rasial dan penanganan kasus kekerasan berbasis ras. Pada tahun 2014, setelah insiden penembakan fatal terhadap sejumlah warga kulit hitam oleh petugas polisi, Obama membentuk Komisi Kepolisian Nasional untuk memberikan rekomendasi mengenai reformasi kepolisian guna mengatasi ketidakadilan rasial dan kekerasan polisi yang diarahkan kepada komunitas kulit hitam.

Selama pemilihan presiden tahun 2008 dan 2012, isu-isu rasial menjadi perhatian penting. Kepresidenan Obama sendiri dipandang oleh banyak orang sebagai tonggak penting dalam sejarah Amerika Serikat yang menunjukkan bahwa orang kulit hitam dapat mencapai jabatan tertinggi dalam politik.

b. Kasus John F Kennedy

John F. Kennedy: John F. Kennedy adalah presiden Amerika Serikat ke-35. Pada saat pencalonannya sebagai presiden pada tahun 1960, agama Katoliknya menjadi isu kontroversial. Saat itu, mayoritas penduduk Amerika Serikat adalah Protestan, dan banyak yang khawatir bahwa jika terpilih, Kennedy akan tunduk pada otoritas kepausan dan tidak dapat memisahkan keyakinan agamanya dari tindakan politiknya. Namun, Kennedy berhasil mengatasi prasangka ini dan memenangkan pemilihan presiden.

c. Kasus Martin Luther King Jr

Martin Luther King Jr adalah seorang pemimpin pergerakan hak sipil di Amerika Serikat. Dia secara aktif memperjuangkan hak-hak sipil orang kulit hitam, termasuk hak pilih, penghapusan segregasi rasial, dan pengakhiran diskriminasi. Pada tanggal 4 April 1968, King di bunuh di Memphis, Tennessee. Pembunuhan King memicu kerusuhan rasial yang meluas di seluruh negara dan menjadi momen penting dalam sejarah pergerakan hak sipil.

Barack Obama, sebagai presiden Amerika Serikat pertama yang berkulit hitam, harus berurusan dengan berbagai bentuk rasialisme dalam karirnya. Meski demikian, keberhasilannya menjadi simbol kemajuan rasial, dan kontribusinya untuk memperjuangkan keadilan rasial tidak dapat diabaikan. Sementara itu, Kennedy, presiden AS pertama yang beragama Katolik, dihadapkan pada tantangan di tengah mayoritas penduduk yang Protestan. Dia berhasil mengatasi prasangka agama dan memainkan peran penting dalam mengurangi diskriminasi agama dalam politik Amerika. Martin Luther King Jr., sebagai pemimpin pergerakan hak sipil, berjuang untuk hak-hak orang kulit hitam, dan meskipun pembunuhannya memicu kerusuhan rasial, namanya tetap menjadi simbol perjuangan dan kemajuan dalam pencapaian hak-hak sipil.

I. Teori Modal Sosial (*Social Capital Theory*)

Modal Sosial yang dipopulerkan oleh Robert David Putnam sebagai rujukan teori. Alasan Putnam karena beliau adalah pakar ilmuwan politik dan kebijakan publik, tentu relevan dengan disiplin ilmu pada kajian penelitian ini. Menurutnya Modal sosial memberikan sumbangsih pada tindakan kolektif yang lebih luas dan nilai yang

mendukung resiprositas dan kepercayaan dan dapat memfasilitasi kolaborasi timbal balik (John Field 2010)

Kepercayaan dan hubungan timbal-balik, bukan hanya abstraksi konseptual, kata Putnam keduanya membuat hidup lebih aman dan menyenangkan. Modal sosial diyakini memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan pelayanan publik (Usman 2018). Topik bahasannya berkaitan upaya mengelola, meningkatkan dan mendayagunakan relasi-relasi sosial sebagai sumber daya yang diinvestasikan untuk memperoleh manfaat sosial. Untuk mengimplementasikan co-production dalam pelayanan publik, semua potensi kelompok dan pola-pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok dan antar kelompok perlu diperhatikan. Ruang perhatian pada jaringan sosial, norma, nilai, dan kepercayaan antar sesama yang lahir dari anggota kelompok dan menjadi norma kelompok

Modal sosial yang mewujudkan kohesifitas sosial, tolong menolong, rasa saling percaya dan jaringan sosial menjadi energi penopang bagi keberlanjutan dan bertahannya shelter warga untuk berpartisipasi pada proses co-production. Artinya, kesuksesan coproduction dalam pelayanan publik dapat dicapai bila Modal sosial terbangun dengan baik. Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Robert Putnam (1993) di Italia, menegaskan bahwa pemerintahan-pemerintahan regional yang mengantongi kepercayaan publik lebih (more trusting) dan lebih berwatak kewargaan lebih mampu menyediakan layanan-layanan publik lebih efektif dibanding tempat lain yang sifat-sifat kepercayaan dan karakter kewargaannya lebih rendah (Tresiana, 2021)

Modal sosial merupakan salah satu paradigma dalam pembangunan yang bersifat inklusif dan berkelanjutan. Pertama kali dikemukakan oleh L.J. Hanifan, seorang supervisor sekolah pedesaan di Negara Bagian Virginia Barat, USA.

Menurutnya, modal sosial bersumber dari kemauan baik (good will), persahabatan (fellowship), dan rasa simpati di antara para individu dalam kehidupan sosial (Haning & Tahili 2021). Modal sosial adalah sumber daya yang dapat dipandang sebagai investasi untuk mendapatkan sumberdaya baru.

Robert Putnam (1993) mendefinisikan Modal sosial sebagai hubungan atau relasi sosial antara individu dengan jaringan kelompok sosial dan norma yang berlaku dan bermanfaat untuk kepentingan masyarakat. Kepercayaan sebagai elemen penting dalam membangun norma sosial dalam jaringan sosial. Modal sosial dapat memberikan dampak positif terhadap keberhasilan program organisasi publik. Putnam mengatakan bahwa modal sosial mencakup karakteristik organisasi sosial yang terdiri dari network, norma, dan kepercayaan sosial yang berfungsi memfasilitasi koordinasi dan kerjasama antar individu dan kelompok sosial untuk menciptakan kemaslahatan bersama.

Putnam membagi modal sosial ke dalam 3 aspek yaitu (1) trust (kepercayaan) atau nilai-nilai positif yang menghargai perkembangan atau prestasi, (2) norma sosial dan obligasi, serta (3) jejaring sosial yang menjadi wadah kegiatan sosial.

1. Kepercayaan (trust)

Trust atau rasa percaya merupakan suatu bentuk keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan hubungan sosial yang didasari oleh perasaan yakin bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan akan senantiasa bertindak dalam suatu pola tindakan yang saling mendukung, dan yang lain tidak akan bertindak merugikan diri dan kelompoknya. Trust yang tumbuh dan berkembang dalam kehidupan kelompok, komunitas atau masyarakat tidak terjadi secara kebetulan, atau terbentuk secara mendadak, melainkan terjadi melalui proses yang melibatkan hubungan antar aktor-aktor yang terhimpun dalam kelompok, komunitas

atau kelompok. Berbagai tindakan kolektif yang di dasari rasa saling mempercayai yang tinggi akan meningkatkan partisipasi masyarakat. Menurut Herreros (2004), terjadinya trust terkait dengan 3 hal, yaitu (1) trust terkait dengan persepsi individual aktor terhadap aktor lain yang terhimpun dalam suatu kelompok, komunitas atau masyarakat.(2) terkait kemampuan individual aktor memahami nilai-nilai dan norma sosial yang terendap dalam kelompok, komunitas dan masyarakat.(3) trust terkait dengan kemampuan melakukan transformasi nilai-nilai dan norma-norma sosial yang menjadi referensi sikap dan tindakan tersebut ke dalam kehidupan nyata.

2. Norma Sosial (*Social Norm*)

Norma sosial akan sangat berperan dalam mengontrol bentuk bentuk perilaku yang tumbuh dalam masyarakat. Norma di artikan sebagai sekumpulan aturan yang diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat pada suatu entitas sosial tertentu.

3. Jejaring Sosial (*Network*)

Refleksi tindakan aktor-aktor dalam membentuk relasi-relasi sosial yang dikembangkan untuk memenuhi pelbagai macam kepentingan. Burt menggambarkan kedekatan hubungan antar aktor dalam memenuhi kebutuhan atau mencapai tujuan tertentu, serta aktor-aktor yang berperan sebagai jembatan yang menghubungkan mereka. Burt, (2017) menggolongkan jejaring ke dalam dua kategori yaitu *structural holes* atau jejaring yang ditandai oleh peran penghubung atau jembatan dan *network closure* atau jejaring yang ditandai oleh interkoneksi antar aktor yang amat kuat.

Modal sosial adalah cara disusunnya masyarakat yang ditandai jaringan-jaringan, norma-norma, dan kepercayaan sosial yang mempermudah koordinasi dan kerjasama demi mencapai suatu tujuan tertentu. Fukuyama berpendapat bahwa social capital adalah kapabilitas yang muncul dari kepercayaan umum didalam

sebuah masyarakat atau bagian-bagian tertentu darinya. Ia bisa dilembagakan dalam kelompok sosial yang paling kecil dan paling mendasar, demikian juga kelompok-kelompok masyarakat yang paling besar.(Fukuyama:1995:42)

Hasbullah berpendapat bahwa inti modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat dalam suatu kelompok untuk bekerja sama membangun suatu jaringan untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama tersebut diwarnai oleh suatu pola interelasi yang timbal balik dan saling menguntungkan (reciprocity), dan dibangun diatas kepercayaan (trust) yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif dan kuat. (Hasbullah, 2006)

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keterpilihan seorang Calon Legislatif (Caleg) Etnis Minoritas di Wilayah Etnis Mayoritas adalah adanya Faktor Sosial Kapital yang sudah terbangun antara etnis minoritas di wilayah etnis mayoritas. Lalu apa yang dimaksud dengan Sosial Kapital dalam pergerakan etnis minoritas dalam meraih perolehan suara sebagai Caleg? Dan apakah faktor sosial kapital identik dengan money politik?

Modal sosial atau Social Capital adalah sumber daya aktual dan potensial yang diperoleh individu dari mengenal orang lain, menjadi bagian dari jaringan sosial dengan mereka, atau hanya dikenal oleh mereka dan memiliki reputasi yang baik (Kelly & Booth, 2004).

Konsep modal sosial muncul dari pemikiran bahwa anggota masyarakat tidak mungkin dapat secara individu mengatasi berbagai masalah yang dihadapi. Diperlukan adanya kebersamaan dan kerjasama yang baik dari segenap anggota masyarakat yang berkepentingan untuk mengatasi masalah tersebut.

Pemikiran seperti inilah yang pada awal abad ke 20 mengilhami seorang pendidik di Amerika Serikat bernama Lyda Judson Hanifan untuk memperkenalkan

konsep modal sosial pertama kalinya. Dalam tulisannya berjudul 'The Rural School Community Centre' (Hanifan, 1916:130)

Tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa kekayaan masyarakat dimana cara modal sosial berkuasa, tercermin dari adanya kehidupan berkesinambungan dalam perbedaan budaya. Tetapi kebutuhan akan barang-dagangan, bila dilihat dari tempatnya, pertama-tama adalah suatu obyek / benda yang berada di luar kita, sesuatu, yang karena sifat dan caranya, dapat memuaskan kebutuhan manusia. "Suatu akumulasi barang-dagangan yang sangat luas atau besar," Karl Marx, "Zur Kritik der Politischen Oekonomie," (Berlin 1859, hal. 4.)

"Keinginan menyiratkan kebutuhan ini adalah selera jiwa, dan tentunya demikian juga seperti lapar bagi badan Pada umumnya (barang) mempunyai nilai karena ia memuaskan kebutuhan manusia." (Nicholas Barbon, "A Discourse on Coining the New Money Lighter. And Answer to Mr. Locke's Consideration etc.," London 1696, hal. 2, 3).

Tiap-tiap barang yang berguna, seperti pupuk, bibit tanaman dan sebagainya, seharusnya dipandang dari dua segi, yakni segi kualitas dan kuantitas. Barang-barang tersebut merangkum berbagai sifat, oleh karena itu barang-barang tersebut dapat digunakan dalam berbagai cara. Menemukan berbagai kegunaan barang-barang tersebut merupakan kerja/karya yang bersejarah.

Barang memiliki *intrinsic virtue*" ini pada Barbon adalah tanda khas pada nilai pakai), yang di mana-mana sama sebagaimana maknit menarik besi". Sifat-sifat magnit menarik besi, akan menjadi berguna, jika dengan alat tersebut ditemukan polarisasi kutub magnit.

Hanifan (1916) mengatakan modal sosial bukanlah modal dalam arti biasa seperti harta kekayaan atau uang, tetapi lebih mengandung arti kiasan, namun

merupakan aset atau modal nyata yang penting dalam hidup bermasyarakat. Menurut Hanifan (1916) dalam modal sosial termasuk kemauan baik, rasa bersahabat, saling simpati, serta hubungan sosial dan kerjasama yang erat antara individu dan keluarga yang membentuk suatu kelompok sosial.

Sekalipun Hanifan (1916) telah menggunakan istilah modal sosial hampir seabad yang lalu, istilah tersebut baru mulai dikenal di dunia akademis sejak akhir tahun 1980an. Pierre Bourdieu (2011), seorang sosiolog Perancis kenamaan, dalam sebuah tulisan yang berjudul "The Forms of Capital" (1986) mengemukakan bahwa untuk dapat memahami struktur dan cara berfungsinya dunia sosial perlu dibahas modal dalam segala bentuknya, tidak cukup hanya membahas modal seperti yang dikenal dalam teori ekonomi. Penting juga diketahui bentuk-bentuk transaksi yang dalam teori ekonomi dianggap sebagai non-ekonomi karena tidak dapat secara langsung memaksimalkan keuntungan material. Dalam setiap transaksi modal ekonomi selalu disertai oleh modal immaterial berbentuk modal budaya dan modal sosial. Bourdieu menjelaskan perbedaan antara modal ekonomi, modal budaya dan modal sosial, dan menggambarkan bagaimana ketiganya dapat dibedakan antara satu sama lain dilihat dari tingkat kemudahannya untuk dikonversikan.

Modal ekonomi, menurut Bourdieu, memang dengan mudah dapat dikonversikan ke dalam bentuk uang, dan dapat dilembagakan dalam bentuk hak kepemilikan. Tetapi dalam kondisi tertentu modal budaya juga dapat dikonversikan menjadi modal yang memiliki nilai ekonomi, dan dapat dilembagakan, seperti kualifikasi pendidikan.

Demikian pula modal sosial dalam kondisi tertentu dapat dikonversikan ke dalam modal ekonomi dan bahkan dapat dilembagakan dalam bentuk gelar kesarjanaan. Sekalipun diperoleh melalui perguruan tinggi yang sama dan dalam

jangka waktu pendidikan yang sama, masing-masing gelar kesarjanaan dengan bidang keahlian yang berbeda memiliki “nilai jual ekonomi” yang berbeda. Bahkan gelar kesarjanaan dalam bidang sama tetapi diperoleh dari perguruan tinggi yang berbeda akan mengandung nilai ekonomi yang berbeda. Seorang tamatan perguruan tinggi yang memiliki nilai akreditasi tinggi pada umumnya akan lebih mudah mendapat pekerjaan dengan penghasilan yang lebih besar dibandingkan dengan seorang tamatan perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta yang rendah nilai akreditasinya.

Coleman lebih mengembangkan lagi pemikirannya tentang modal sosial melalui sebuah karya besarnya yang terbit dua tahun kemudian dengan judul *Foundations of Social Theory* (Coleman, 1990). Dalam bukunya itu Coleman mengatakan antara lain bahwa modal sosial, seperti halnya modal ekonomi, juga bersifat produktif. Tanpa adanya modal sosial seseorang tidak akan bisa memperoleh keuntungan material dan mencapai keberhasilan lainnya secara optimal. Sebagaimana modal -modal lainnya, seperti modal fisik dan modal manusia, modal sosial tidak selalu memberi manfaat dalam segala situasi, tetapi hanya terasa manfaatnya dalam situasi tertentu. Suatu bentuk modal sosial bisa bermanfaat untuk memudahkan seseorang melakukan tindakan dalam suatu situasi, tetapi dalam situasi lain tidak ada gunanya dan bahkan bisa menimbulkan kerugian.

Untuk memahami pemikiran Coleman (1990) tersebut dapat diberikan contoh sebagai berikut. Seseorang yang memiliki modal sosial berupa hubungan baik dengan seorang pejabat atau penguasa bisa memperoleh keuntungan berupa materi atau perlindungan dari pejabat atau penguasa itu. Tetapi apabila kemudian situasi berubah modal sosial semacam itu justru bisa berbalik merugikannya. Orang-orang yang berseberangan paham politik dengan pejabat itu pasti tidak akan memberikan kesempatan padanya untuk mendapat keuntungan dalam bentuk apapun, bahkan

dalam situasi tertentu bisa mencelakakannya. Paling tidak ia akan dikucilkan dan tidak akan mendapat kepercayaan di dalam jaringan hubungan lain yang para anggotanya tidak menyenangi pejabat tersebut. Dalam literatur yang muncul belakangan (Portes, 1997) sisi modal sosial yang mengandung ciri eksklusivisme disebut *downside social capital*.

Pemikiran Coleman dalam dua karyanya tersebut menjadi titik tolak bagi para pakar lain untuk menjelaskan pentingnya peranan modal sosial dalam berbagai aspek kehidupan. Akan tetapi adalah Robert Putnam yang paling berhasil mempopulerkan konsep modal sosial kepada berbagai kalangan pembaca, baik di dunia akademis, para praktisi sosial, media massa, maupun kalangan pembaca pada umumnya.

J. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bermaksud untuk menampilkan sejumlah penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan dengan tujuan untuk membandingkannya. Adapun yang menjadi penekanan dalam penelitian sebelumnya meliputi: Teori yang digunakan, pendekatan dan metode penelitian, hasil penelitian dan relevansinya dengan penelitian yang akan dilakukan.

1. Dea Rizky Amalia (2019), melakukan penelitian dalam tesisnya yang diterbitkan oleh Resipatory Universitas Hasanuddin tentang penggunaan Politik etnis pada keterpilihan kandidat pada pemilihan legislatif. Judul penelitiannya: *Modalitas dan Keterpilihan Ir. Sugeng H. Sunaryo pada pemilihan legislaif Tahun 2014 di Kabupaten Poso*.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan strategi observasi, penelitian mendalam, dan dokumentasi. Konsep dan teori yang digunakan meliputi teori demokrasi, modalitas, pemilu, aktor politik, dan elektabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal budaya (agama), modal

sosial (jaringan) dan Modal Ekonomi (materi), faktor utama penentu kemenangan kandidat pada pemilihan legislative.

2. Ilyas Lampe dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 3, September - Desember (2014). Ilyas Lampe melakukan kajian tentang perilaku komunikasi politik anggota DPRD Kota Palu yang disebut dengan tindakan yang dikomunikasikan baik berupa atribut etnik, symbol-simbol komunikasi (verbal dan nonverbal), bahasa, setting komunikasi dalam mengungkapkan identitasnya dalam konteks relasi sosial dan politik. Penelitian berjudul: *Identitas Etnik dalam Komunikasi Politik*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan dramaturgi Erving Goffman dan etnik situasional Fredrik Barth. Anggota DPRD Kota Palu yang berasal dari beragam etnik, mengidentifikasi identitas etnik mereka dalam komunikasi politik sesuai dengan konteks ruang dan waktu. Pada saat tertentu. Ketika berinteraksi dengan sesama etnik, maka identitas yang melekat seperti asal suku dan agama dengan tegas ditonjolkan. Hal ini berkaitan dengan upaya pengelolaankesan (*impression management*) anggota DPRD dalam mencapai kepentingan mereka baik kepentingan pribadi, kelompok, partai asal dan atas nama kepentingan rakyat.

Dalam hal penggunaan identitas etnik, terdapat ciri yang menunjukkan apa yang disebut Barth sebagai etnik situasional dan manipulasi identitas etnik. Mereka yang selama ini disebut sebagai “pendatang” berusaha untuk menyesuaikan diri dengan menggunakan identitas penduduk asli seperti berusaha mempelajari bahasa daerah Kaili dan menggunakan pakaian adat lokal pada acara-acara tertentu. Sehingga penonjolan identitas sebagai “orang Palu” dilakukan dalam komunikasi politik baik kepada politisi maupun khalayak yang berasal dari etnik asli atau putera daerah.

Pada sisi lain umumnya mereka masih memelihara keterikatan dengan identitas etnik dengan identitas awal, misalnya dengan ikut dalam organisasi paguyuban kedaerahan asal mereka, hal yang justru mempertegas identitas sebagai pendatang. Penggunaan beragam identitas tersebut juga dilakukan sesuai konteks dan waktu yang mereka anggap dapat memberikan keuntungan politik, penerimaan sosial dan budaya.

3. Heribert Adam artikel pada jurnal *Ethnic and Racial Studies* Volume 18 Number 3 July (1995), melakukan penelitian tentang Politik etnis di Afrika Selatan. Penelitian ini berjudul: *Politik etnis Etnis: Perbandingan dari Afrika Selatan*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Afrika Selatan mewakili mikrokosmos konflik global besar. laboratorium hubungan kelompok polietnik ini mungkin akan memberikan pelajaran kepada dunia tentang koeksistensi multiras dan menjembatani perbedaan kelas yang ekstrem melalui kebijakan pembangunan yang pragmatis. Di atas segalanya, revolusi yang dinegosiasikan sekarang menjanjikan pembangunan bangsa yang damai dalam masyarakat yang terpecah, yang sebelumnya penuh dengan kekerasan politik. transformasi demokrasi yang luar biasa telah menyebabkan penurunan substansial pembunuhan bermotif politik sejauh ini, meskipun kekerasan kriminal telah meningkat.

Transisi demokrasi sebagian bertumpu pada pengelolaan persepsi ras dan etnis yang terampil. non-rasialisme sebagai ideologi inti negara baru memunculkan harapan dan makna yang berbeda di antara berbagai segmen, diistimewakan secara berbeda dan diindoktrinasi oleh lebih dari empat dekade apartheid. interpretasi teoretis dan komparatif umum tentang etnisitas menjelaskan legitimasi klaim yang bersaing dan menilai prospek dan karakter mereka dalam pengalaman ringan di tempat lain. dukungan untuk rekonsiliasi non-rasial Mandela tetap lembut

karena penolakan pemilih terhadap Kongres Pan Afrika yang afrika-nasionalis bisa bersifat sementara. Karena pemerintah ANC kemungkinan besar akan mengecewakan harapan yang tinggi dari konstituennya dan dengan sendirinya bergabung dengan kereta saus melalui gaji tinggi yang luar biasa untuk pejabat baru dalam daftar gaji publik, godaan membara untuk menggunakan retorika rasial populis. namun, selama kekurangan pemerintah dilindungi oleh karisma mandela dan tingkat persetujuan yang tinggi di antara semua kelompok populasi, antagonisme rasial akan diredam oleh keinginan untuk berhasil secara ekonomi dalam masyarakat konsumen yang saling bergantung tak terpisahkan.

4. Alita Nandi dan Lucinta Platt, artikel pada *Journal of Ethnic and Migration Studies* (2018) <https://doi.org/10.1080/1369183X.2018.1539286>, melakukan penelitian tentang Politik etnis dan etni minoritas di Inggris. Penelitian ini berjudul: *Hubungan antara identitas politik dan etnis di antara Etnis minoritas dan populasi mayoritas Inggris*

Alita Nandi dan Lucinta Platt (2013), melakukan penelitian tentang Politik etnis dan etni minoritas di Inggris. Penelitian ini berjudul: *Hubungan antara identitas politik dan etnis di antara Etnis minoritas dan populasi mayoritas Inggris*. Metode penelitian yang digunakan Kuantitatif dengan pendekatan survei. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Politik etnis sosial (Abrams 2010; Jenkins 2014; Tajfel 1974; Tajfel dan Turner 1986; Abrams dan Hogg 1999). Hasil penelitian menunjukkan. Munculnya partai politik yang menganut etnis tertentu di Eropa konsepsi bangsa, yang secara eksplisit menentang imigran dan minoritas, telah sangat meringankan Politik etnis.

Pertama, penelitian ini menunjukkan bahwa tidak hanya identitas politik tetapi juga identitas etnis dianggap kurang penting dibandingkan domain identitas lainnya. Kedua, penelitian ini menemukan asosiasi yang sangat mirip antara karakteristik yang diamati dan identitas politik dan etnis untuk semua.

Pengecualiannya adalah bahwa kelompok perempuan mayoritas memiliki identitas etnis yang lebih lemah daripada laki-laki sedangkan perempuan minoritas cenderung memiliki identitas etnis yang lebih kuat daripada laki-laki. Kami juga mencatat bahwa perolehan suara untuk BNP / UKIP dikaitkan dengan identitas etnis yang lebih kuat daripada identitas politik. Ini memberikan beberapa dukungan awal untuk ko-evolusi identitas etnis dan politik.

5. Sumadi Dilla dalam artikel di jurnal MediaTor Vol 9 No 2 (2008), melakukan penelitian mengenai cara berinteraksi dan berkomunikasi etnik Muna dengan semua etnik khususnya mayoritas etnik Sunda dalam bermasyarakat di kota Bandung. Rangkuman ini telah tertuang dalam artikel yang berjudul: *Simbolisasi etnik Muna di Bandung : Studi identitas etnik orang Muna*.

Melakukan penelitian mengenai cara berinteraksi dan berkomunikasi etnik Muna dengan semua etnik khususnya mayoritas etnik Sunda dalam bermasyarakat di Kota Bandung. Rangkuman ini telah tertuang dalam artikel yang berjudul: Metode penelitian ini mengusung tradisi fenomenologi dengan kerangka teori interaksi simbolik, dramaturgi dan perspektif Barth, tentang identitas etnik, maka kajiannya menggunakan paradigma subjektif dan perspektif interpretatif.

Dengan ini metode penelitiannya bersifat kualitatif, hasil dari penelitian menemukan mekanisme pembentukan identitas etnis Muna melalui pengutan diri, evaluasi, dialog, adaptasi, dan penataan yang membentuk kategorisasi etnis Muna dan lebih sering ditampilkan sebagai konsep diri yang didasarkan pada situasi baru, sehingga menumbuhkan kesadaran dan penerimaan masyarakat.

6. Taufik Hidayat dalam jurnal Persepsi: Communication Journal Vol 2 No 1 (2019), berjudul *Komunikasi Etis Tionghoa dalam Mengungkap Identitas Relasi Sosial dan Politik (Studi pada Anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPRD) Kota Medan)*.

Penelitian ini merupakan kajian identitas etnik dalam konteks komunikasi politik dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma dramaturgi Erving Goffman dan etnik situasional Fredrik Barth dan tidak terlepas dari dukungan teori. Kajian ini berusaha mengungkap mekanisme atau proses komunikasi politik anggota DPRD Kota Medan dalam peran politiknya. Kesimpulan dari penelitian ini, bahwa prinsipnya para anggota DPRD Kota Medan periode 2009-2014 dari etnik Tionghoa memiliki motivasi yang sama dalam mencalonkan diri, yaitu untuk memperjuangkan aspirasi dan kepentingan etnik Tionghoa.

Bentuk komunikasi yang umum digunakan para anggota DPRD Kota Medan periode 2009-2014 adalah dialog, tatap muka dan kunjungan. Dalam menerapkan strategi dramaturgi dalam pengelolaan panggung, terdapat beragam atribut dan simbol-simbol yang menjadi pembeda untuk mengidentifikasi identitas etnis Tionghoa sebagai anggota DPRD Kota Medan.

7. Ilyas dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.10 No.2 Agustus (2012), melakukan kajian yang didasarkan pada isu pemanfaatan etnis dan agama dalam politik yang terjadi dalam pemilihan kepala daerah di daerah rawan konflik. Hasil kajian Ilyas kemudian dirangkum dalam tulisan yang berjudul: *Kajian Simbol-Simbol Etnisitas dalam Kampanye, Komunikasi Politik dan Pergeserannya dalam Pemilukada Kabupaten Poso*.

Melakukan kajian yang didasarkan pada isu pemanfaatan etnis dan agama dalam politik yang terjadi dalam pemilihan kepala daerah di daerah rawan konflik. Hasil kajian Ilyas kemudian dirangkum dalam tulisan yang berjudul: Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan interaksi simbolik, dimana kehidupan sosial pada hakikatnya merupakan interaksi manusia dengan pemanfaatan simbol.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya konstruksi simbol suku dan agama oleh calon Bupati dan wakilnya telah ditegaskan tentang kandidat lokal,

penggunaan adat istiadat, organisasi etnis, bahasa daerah, dan simbol organisasi keagamaan. Namun sangat disayangkan bahwa masalah tersebut telah dirusak oleh keamanan dan hukum agar menjadi sangat menarik bagi para pemilih. Citra konflik yang telah membuat trauma masyarakat Poso, telah menyapu isu etnis, karena mereka menyadari pentingnya hidup damai dan aman.

8. Alfarabi dalam Jurnal Kaganga Vol 3, No 1 April (2019), melakukan penelitian mengenai motif dan tujuan dari penggunaan simbol identitas etnik Melayu di Pekanbaru sebagai salah satu upaya dalam menunjukkan eksistensi etnik tersebut dengan menampilkan simbol-simbol yang mempersentasikan identitas Melayu Riau.

Melakukan penelitian mengenai motif dan tujuan dari penggunaan simbol identitas etnik Melayu di Pekanbaru sebagai salah satu upaya dalam menunjukkan eksistensi etnik tersebut dengan menampilkan simbol-simbol yang mempersentasikan identitas Melayu Riau. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori tindakan sosial, sementara metode penelitian sendiri menggunakan kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Hasil penelitian ini dirangkum dalam tulisan yang berjudul: Penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan simbol Selembayung, busana Melayu dan pembentukan laskar merupakan pesan yang dikomunikasikan tentang tuan rumah dan penguasa di Pekanbaru. Simbol dijadikan media untuk mempertegas status yang berhubungan dengan kekuasaan dan kepemilikan sumber daya alam. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa simbol identitas Melayu di Pekanbaru pascareformasi merupakan tindakan yang dilakukan Orang Melayu kepada lawan interaksinya dalam rangka menunjukkan eksistensi.

9. Ferinandus Leonardo Sanfi, Muhadjir Darwin, Setiadi dan Hakimul Ikhwan dalam jurnal Sosiohumaniora Vol. 20, No. 2 Juli (2018), topik penelitian Politik etnis etnik asli papua yang merebut kekuasaan dalam pemilihan kepala daerah

di kota Sorong dengan artikel yang berjudul: *Politik etnis Etnik Asli Papua Berkontestasi dalam Pemilihan Kepala Daerah di Kota Sorong*.

Topik penelitian Politik etnis etnik asli papua yang merebut kekuasaan dalam pemilihan kepala daerah di kota Sorong dengan artikel yang berjudul:. Penelitian ini berfokus pada bagaimana Politik etnis etnik asli Papua ini bekerja dalam merebut kekuasaan dan bagaimana etnik asli Papua berkolaborasi dengan etnik non Papua dalam memenangkan pemilihan kepala daerah di Kota Sorong dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, mengambil 52 informan dari representasi PNS tingkat OPD etnik Maybat dan etnik pendatang, PNS dari etnis-etnis yang termarginalisasi, tokoh-tokoh masyarakat dari etnis-etnis asli Papua serta etnis pendatang, Tokoh Agama, masyarakat Moi, masyarakat pendatang, masyarakat Teminabuan, masyarakat raja Ampat, masyarakat Maybrat, didalam birokrasi pemerintahan dan di masyarakat Kota Sorong.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Pertama*, Otonomi khusus melahirkan Politik etnis etnik, egoisme kampung, marga, budaya, saudara, untuk merebut kekuasaan dalam pemilihan kepala daerah di Kota Sorong. *Kedua*, etnik asli Papua saling marginalisasi dalam strategi isu kampanye politik identitas, family, marga, kampung, organisasi etnik, gereja, televisi,spanduk, koran, elit DPRD Kota. Kedua etnik tidak bersatu dikarenakan egosime budaya, adat, diantara kedua etnik asli Papua itu sendiri di Kota Sorong.

10. Didin Sabarudin dalam dalam Jurnal MediaKom Vol.3 No. 1 Tahun (2014), berjudul: *Politik etnis dan Jejaring Politik dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta Tahun 2012*. Penelitian ini berfokus pada penggunaan Politik etnis dan jejaring politik yang digunakan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama untuk mempengaruhi pilihan politik masyarakat dalam memenangkan pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2012.

Penelitian ini berfokus pada penggunaan Politik etnis dan jejaring politik yang digunakan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama untuk mempengaruhi pilihan politik masyarakat dalam memenangkan pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2012. Penelitian ini menggunakan metode eksplanasi dengan pendekatan kualitatif, dimana jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain dalam koridor kuantifikasi (pengukuran).

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan interaksi simbolik (*Symbolic Interaction*) yang difokuskan pada perilaku peran, interaksi antar individu, serta tindakan-tindakan dan komunikasi yang dapat diamati. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa realitas dari mobilisasi berbasis identitas diaktualisasikan oleh pasangan calon gubernur yang berkompetisi dalam pemilihan gubernur DKI Jakarta Tahun 2012 terutama terlihat nyata pada putaran kedua antara petahana gubernur Fauzi Bowo yang berpasangan dengan Nachrowi Ramli (Foke-Nara) berasal dari identitas etnis Betawi melawan pasangan Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama (Jokowi-Ahok) yang merupakan perpaduan identitas etnis Jawa berasal dari Solo dan etnis Tiong Hoa berasal dari Belitung Timur, Sumatera.

Dengan kemajuan teknologi informasi, komunikasi politik melalui jejaring sosial pun dilakukan oleh pasangan calon gubernur dan para relawan yang bekerja untuk memengaruhi pilihan politik masyarakat DKI Jakarta dalam memenangkan pertarungan memperebutkan kursi DKI 1.

Berikut ini disajikan matriks ringkasan dari kajian terhadap beberapa penelitian terdahulu. Pada tabel 1 berikut berisi sumber penelitian, hasil penelitian

metode dan konsep yang digunakan pada setiap kajian. Pada tabel berikut ini pula dikemukakan bagaimana peta perbedaan dan persamaan dari masing-masing penelitian terdahulu jika disandingkan dengan hasil kajian yang dilakukan dalam disertasi ini. Berdasarkan hasil pemetaan terdapat beberapa persamaan yang menonjol antara lain tentang bagaimana Politik etnis khususnya etnik bekerja dalam meningkatkan elektabilitas seorang kandidat dengan penggunaan simbol-simbol sebagai wujud dalam mempersentasikan etnik tersebut untuk mempengaruhi pilihan politik publik sebagai alat untuk memenangkan sebuah kompetisi elektoral.

Selain itu, peran Politik etnis dalam mempertahankan eksistensi etnik tersebut di kehidupan bermasyarakat. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sejauh mana orisinilitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan. Kajian yang mempunyai relasi atau keterkaitan dengan kajian ini akan diuraikan melalui tabel dibawah ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 2 Matriks Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Hasil Kajian Disertasi ini

No	Penulis, Tahun, & Judul	Hasil Kajian	Persamaan	Perbedaan
1	Dea Rizky Amalia (2019), Modalitas dan Keterpilihan Ir. Sugeng H. Sunaryo Pada Pemilihan Legislatif Tahun 2014 di kabupaten Poso.	Faktor utama penentu keterpilihan aktor dalam kajian ini adalah dari beberapa sumber yaitu modal budaya (agama), modal sosial (jaringan) dan Modal Ekonomi (materi).	Fenomena Keterpilihan seorang kandidat suku minoritas yang dengan memanfaatkan berbagai sumber yang dimiliki dengan serta penggunaan strategi politik yang apik.	Berbeda sebab penelitian ini berfokus pada model komunikasi politik dengan pendekatan Dramaturgi dengan mengkaji presentasi diri seorang kandidat.
2	Ilyas Lampe (2010), Identitas Etnik dalam Komunikasi Politik.	Hal ini berkaitan dengan upaya pengelolaan kesan (<i>impression management</i>) anggota DPRD dalam mencapai kepentingan mereka baik kepentingan pribadi, kelompok, partai asal dan atas nama kepentingan rakyat. Dalam hal penggunaan identitas etnik,	Mengungkapkan penggunaan identitas etnik dalam aktifitas politik dengan menggunakan pendekatan dramaturgi	Berbeda karena penelitian ini mengkaji penggunaan identitas etnik pada aktifitas politik saat anggota DPRD menjabat, sementara

No	Penulis, Tahun, & Judul	Hasil Kajian	Persamaan	Perbedaan
		terdapat ciri yang menunjukkan apa yang disebut Barth sebagai etnik situasional dan manipulasi identitas etnik.		penelitian penulis berfokus pada penggunaan identitas etnik saat proses pelaksanaan kampanye oleh kandidat.
3	Heribert Adam (2012), Politik etnis Etnis: Membandingkan Afrika Selatan.	Afrika Selatan mewakili mikrokosmos dari konflik global utama. Laboratorium hubungan kelompok polietnik ini bisa jadi mengajarkan kepada dunia lain sebuah pelajaran tentang koeksistensi multiras dan menjembatani perbedaan kelas yang ekstrim melalui kebijakan pembangunan yang pragmatis.	Memiliki hasil kajian yang sama fokus pada eksistensi etnis minoritas dalam kanca perpolitikan di suatu daerah.	Berbeda karena skop penelitian ini lebih luas dalam skala etnis minoritas menyeluruh di Afrika sementradalam penelitian penulisfokus pada suatu etnis minoritas di provinsi Sulawesi barat yaitu etnis Jawa.
4	Alita Nandi dan Lucinta Platt (2013), Hubungan antara identitas Politik dan Etnis di antara Etnis Minoritas dan Populasi Mayoritas Inggris.	Pertama, penelitian ini menunjukkan bahwa tidak hanya identitas politik tetapi juga identitas etnis dianggap kurang penting dibandingkan domain identitas lainnya. Kedua, penelitian ini menemukan asosiasi yang sangat mirip antara karakteristik yang diamati dan identitas politik dan etnis untuk semua. Pengecualiannya adalah bahwa kelompok perempuan mayoritas memiliki identitas etnis yang lebih lemah daripada laki-laki sedangkan perempuan minoritas cenderung memiliki identitas etnis yang lebih kuat daripada laki-laki.	mengkaji identitas etnik minoritas dalam aktifitas politik di daerah yang beretnis mayoritas	Berbeda pada fokus penelitian tentang perbandingan aktifitas politik minoritas dan aktifitas politik mayoritas
5	Sumadi Dilla (2005), Simbolisasi Etnik Muna di Bandung: Studi Identitas Etnik Orang Muna.	Mekanisme pembentukan identitas etnis Muna melalui pengutan diri, evaluasi, dialog, adaptasi, dan penataan yang membentuk kategorisasi etnis Muna dan lebih sering ditampilkan sebagai konsep diri yang didasarkan pada situasi baru sehingga menumbuhkan kesadaran dan penerimaan masyarakat.	Kerangka teori sama-sama menggunakan teori interaksi simbolik, dramaturgi dan perspektif Barth tentang identitas etnik, dan kajiannya menggunakan paradigma subjektif atau perspektif interpretif.	Berbeda karena fokus penggunaan simbolisasi etnik muna tidak pada konteks politik melainkan pada konteks sosial dan budaya untuk melestrikan simbolisasi etnik muna dan eksistensi etnis muna di Bandung.
6	Taufik Hidayat (2019), Komunikasi Etnis Tionghoa dalam Mengungkap	mekanisme atau proses komunikasi politik anggota DPRD Kota Medan dalam peran politiknya. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa prinsipnya para anggota DPRD Kota Medan periode 2009-2014 dari etnik	Berfokus pada Identifikasi etnis tertentu sebagai bagian dari perilaku politik untuk mengangkat citra diri dan popularitas politisi	Berbeda sebab penggunaan komunikasi politik dengan pendekatan identitas etnik diarahkan kepada sesama kelompok

No	Penulis, Tahun, & Judul	Hasil Kajian	Persamaan	Perbedaan
	Identitas Relasi Sosial dan Politik (Studi pada Anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPRD) Kota Medan)	Tionghoa memiliki motivasi yang sama dalam mencalonkan diri, yani untuk memperjuangkan aspirasi dan kepentingan etnik Tionghoa. Bentuk komunikasi yang umum digunakan para anggota DPRD Kota Medan periode 2009-2014 adalah dialog, tatap muka dan kunjungan. Dalam menerapkan strategi dramaturgi dalam pengelolaan panggung, terdapat beragam atribut dan simbol-simbol yang menjadi pembeda untuk mengidentifikasi identitas etnis Tionghoa sebagai anggota DPRD Kota Medan.	. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan dramaturgi Erving Goffman dan etnik situasional Fredrik Barth.	etniknya yaitu etnis tionghoa dengan cara dialog, tatap muka, dan kunjungan. Fokus kajian penulis aktifitas komunikasi politik dengan simbol etnik tidak pada sesama kelompoknya melainkan berfokus kepada etnis lain.
7.	Ilyas (2012), Kajian Simbol-Simbol Etnisitas dalam Kampanye, Komunikasi Politik dan Pergeserannya dalam Pemilukada Kabupaten Poso.	Kajian yang memanfaatkan isu etnis dan agama dalam politik yang terjadi dalam pemilihan kepala daerah di daerah rawan konflik. Dalam kajian ini mengungkapkan adanya konstruksi simbol suku dan agama oleh calon Bupati dan wakilnya telah ditegaskan tentang kandidat lokal, penggunaan adat istiadat, organisasi etnis, bahasa daerah, dan simbol organisasi keagamaan.	Berangkat pada daerah yang memiliki sejarah panjang tentang konflik komunal berbasis agama dan etnis yang menjadi <i>setting</i> dalam penelitian ini. Sehingga penggunaan simbol-simbol putra daerah dan pendatang tergeser sebab adanya kesadaran masyarakat dan traumatik mendalam pada konflik yang telah terjadi. Meskipun begitu kesamaan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kontestasi politik, isu etnisitas kerap kali digunakan untuk menghimpun suara dari masyarakat meskipun penggunaan Politik etnis tidak selalu berhasil.	Perbedaan dari penelitian ini adalah berlatar belakang dari polarisasi agama yang disebabkan oleh konflik agama yang terjadi di Poso yang menubuhsuburkan Politik etnis khususnya agama sementara pada penelitian ini dilatar belakangi oleh keanekaragaman etnis dan pemanfaatan simbol etnis minoritas dalam perebutan kekuasaan anggota DPRD di daerah mayoritas etnis asli.
8.	Alfarabi (2019), Simbol Eksistensi Identitas Etnik Melayu Riau di Pekanbaru.	Motif dan tujuan dari penggunaan simbol identitas etnik Melayu di Pekanbaru sebagai salah satu upaya dalam menunjukkan eksistensi etnik tersebut dengan menampilkan simbol-simbol yang mempersentasikan identitas Melayu Riau. Penelitian ini	Pada dasarnya memiliki kajian yang sama yaitu berfokus pada perilaku dan komunikasi politik pada etnis tertentu	Berbeda pada objek kajian karena penelitian ini tidak mengkaji pada konteks politik melainkan hanya untuk memahami perilaku masyarakat

No	Penulis, Tahun, & Judul	Hasil Kajian	Persamaan	Perbedaan
		<p>mengungkapkan bahwa penggunaan simbol Selembayung, busana Melayu dan pembentukan laskar merupakan pesan yang dikomunikasikan tentang tuan rumah dan penguasa di Pekanbaru. Simbol dijadikan media untuk mempertegas status yang berhubungan dengan kekuasaan dan kepemilikan sumber daya alam. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa simbol identitas Melayu di Pekanbaru pascareformasi merupakan tindakan yang dilakukan Orang Melayu kepada lawan interaksinya dalam rangka menunjukkan eksistensi.</p>		<p>Melayu yang berhubungan dengan motif dan tujuan dalam penggunaan simbol identitas etnik di Kota Pekanbaru.</p>
9.	<p>Fernando Leonardo Sanfi, Muhadjir Darwin, Setiadi dan Hakimul Ikhwan (2018), Politik etnis Etnik Asli Papua Berkonsentrasi dalam Pemilihan Kepala Daerah di Kota Sorong.</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Pertama</i>, Otonomi khusus melahirkan politika identitas etnik, egoisme kampung, marga, budaya, saudara, untuk merebut kekuasaan dalam pemilihan kepala daerah di Kota Sorong. <i>Kedua</i>, etnik asli Papua saling marginalisasi dalam strategi isu kampanye politik identitas, family, marga, kampung, organisasi etnik, gereja, televisi, spanduk, koran, elit DPRD Kota. Kedua etnik tidak bersatu dikarenakan egoisme budaya, adat, diantara kedua etnik asli Papua itu sendiri di Kota Sorong.</p>	<p>Memiliki hasil kajian yang sama yaitu. Penggunaan isu kampanye Politik etnis etnik yang dikemas dalam Politik etnis etnik yang dimainkan oleh aktor-aktor politik dalam merebut kekuasaan politik kepala daerah</p>	<p>Berbeda dari segi objek kajian. Dimana penelitian ini berfokus pada perebutan kekuasaan pada etnis mayoritas yaitu etnis asli Papua pada pemilihan kepala daerah. Sementara penelitian ini berfokus pada perebutan kekuasaan oleh etnis minoritas yaitu etnis Jawa pada pemilihan legislatif.</p>
10	<p>Dididn Sabarudin (2014), Politik etnis dan Jejaring Politik dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta Tahun 2012.</p>	<p>Realitas dari mobilisasi berbasis identitas diaktualisasikan oleh pasangan calon gubernur yang berkompetisi dalam pemilihan gubernur DKI Jakarta Tahun, perpaduan identitas etnis Jawa berasal dari Solo dan etnis Tiong Hoa berasal dari Belitung Timur, Sumatera. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, komunikasi politik melalui jejaring sosial yang bekerja untuk mempengaruhi pilihan politik masyarakat DKI Jakarta dalam memenangkan pertarungan memperebutkan kursi DKI 1.</p>	<p>Kajian ini berfokus pada penggunaan Politik etnis khususnya etnis yang menjadi kesamaan dengan penelitian ini serta pemanfaatan jejaring sosial melalui dunia virtual dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi komputer dan internet yang menjadi infrastruktur dalam menghimpun suara masyarakat dalam pemilihan kepala daerah. Penelitian ini juga memperlihatkan</p>	<p>Bukan hanya memanfaatkan kecanggihan teknologi namun lebih kepada mempersentasikan diri dengan metode persuasif dengan turun langsung ditengah masyarakat, door to door, mendesign citra diri, menampilkan karakter yang dapat diterima oleh lingkungan sosial masyarakat.</p>

No	Penulis, Tahun, & Judul	Hasil Kajian	Persamaan	Perbedaan
			bahwa ikatan jaringan terbentuk menjadi relawan kolektif yang tergabung dalam organisasi-organisasi politik.	

Sumber: Diolah oleh Penulis

K. Kerangka Pikir



Gambar 2 Kerangka Pikir

L. Definisi Operasional

1. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Sulawesi Barat merupakan lembaga legislatif penting tingkat provinsi yang memiliki peran sentral dalam mewakili aspirasi dan kepentingan masyarakat setempat. Bertugas sebagai wakil rakyat, DPRD Provinsi Sulawesi Barat berfokus pada penyusunan, penetapan, dan evaluasi kebijakan daerah yang relevan dan berdampak bagi kesejahteraan masyarakat.

2. Pemilihan Legislatif

Salah satu momen krusial dalam proses demokrasi adalah Pemilihan Legislatif (PILEG) yang berlangsung pada tahun 2019. Pada waktu itu, warga negara di Provinsi Sulawesi Barat turut berpartisipasi dalam pemungutan suara untuk memilih anggota DPRD. Melalui PILEG ini, masyarakat memiliki kesempatan untuk memilih perwakilan yang dianggap paling memahami dan peduli terhadap kebutuhan dan harapan mereka. Dengan demikian, DPRD Provinsi Sulawesi Barat menjadi wadah yang penting dalam memastikan suara rakyat didengar dan diperjuangkan di tingkat pemerintahan provinsi. Pada Pemilihan Legislatif (PILEG) 2019 DPRD Provinsi Sulawesi Barat, terdapat beberapa kandidat anggota DPRD yang berasal dari etnis minoritas. Etnis minoritas mengacu pada kelompok masyarakat yang memiliki jumlah populasi lebih kecil daripada kelompok mayoritas di suatu wilayah.

3. Komunikasi antarpersonal

Komunikasi antarpersonal dalam konteks penelitian ini diukur berdasarkan frekuensi dan intensitas interaksi komunikatif secara langsung antara anggota etnis

minoritas dan etnis mayoritas dalam acara atau pertemuan politik, seperti diskusi tatap muka, pertemuan kelompok kecil, atau pertukaran pesan langsung.

4. Komunikasi Kelompok dan Organisasi

Komunikasi kelompok dan organisasi mengacu pada sejauh mana etnis minoritas dan etnis mayoritas berkomunikasi dan berkolaborasi melalui kelompok atau organisasi politik mereka. Indikator ini dapat diukur dengan melihat partisipasi dalam rapat kelompok, kegiatan kampanye bersama, atau tingkat keterlibatan dalam organisasi politik.

5. Komunikasi Publik

Komunikasi publik diukur melalui seberapa sering dan intensnya etnis minoritas menyampaikan pesan politiknya kepada masyarakat luas dari berbagai etnis, termasuk mayoritas. Indikator ini dapat mencakup kehadiran dalam forum publik, penggunaan media massa tradisional, dan partisipasi dalam kampanye terbuka.

6. Komunikasi Massa

Komunikasi massa dalam penelitian ini diukur berdasarkan pemanfaatan media massa oleh etnis minoritas untuk menyampaikan pesan politiknya kepada khalayak yang lebih luas, termasuk mayoritas. Indikator ini mencakup frekuensi dan tipe pesan politik yang disampaikan melalui media seperti televisi, radio, dan surat kabar.

7. Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya diukur dengan melihat sejauh mana terjadi interaksi dan pertukaran pesan politik yang saling menghargai dan memahami antara etnis minoritas dan etnis mayoritas. Indikator ini mencakup kegiatan dialog antarbudaya,

peningkatan kesadaran akan budaya masing-masing, dan respon terhadap isu-isu multikultural.

8. Komunikasi Media Baru

Komunikasi media baru diukur berdasarkan penggunaan platform media sosial dan teknologi digital lainnya oleh etnis minoritas untuk menyampaikan pesan politiknya. Indikator ini mencakup frekuensi posting, interaksi online, dan penyebaran pesan politik melalui media digital.

9. Komunikator (Tim Sukses: Agitasi, Propaganda)

Komunikator diukur berdasarkan identifikasi dan analisis peran serta tim sukses kandidat dari etnis minoritas dalam kampanye politik. Agitasi diukur dengan mengamati upaya yang dilakukan oleh tim sukses untuk meningkatkan gairah dan emosi pendukung dengan menyuarakan isu-isu etnis spesifik. Propaganda diukur dengan melihat sejauh mana tim sukses menyampaikan pesan politik yang cenderung mempengaruhi pandangan dan sikap masyarakat dengan menggunakan teknik-teknik manipulatif.

10. Pesan Politik (Tagline: Isu Etnis, Leadership, Kecerdasan, Komunikatif)

Pesan politik diukur dengan menganalisis dan mengkategorikan tagline atau pesan utama yang digunakan oleh kandidat etnis minoritas dalam kampanye mereka. Isu etnis diukur dengan mengidentifikasi apakah pesan politik menyoroti isu-isu khusus yang relevan bagi etnis minoritas. Leadership diukur berdasarkan sejauh mana pesan politik menekankan kualitas kepemimpinan calon. Kecerdasan diukur dengan melihat apakah pesan politik menonjolkan kecerdasan dan kapasitas calon. Komunikatif diukur dengan menganalisis sejauh mana pesan politik mencerminkan kemampuan calon dalam berkomunikasi dengan publik.

11. Media/Saluran

Media/saluran diukur dengan mengidentifikasi dan menganalisis media atau platform yang digunakan oleh kandidat etnis minoritas untuk menyampaikan pesan politiknya. Indikator ini mencakup media tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar, serta media baru seperti media sosial dan platform digital lainnya.

12. Target Sasaran (Siapa)

Target sasaran diukur dengan mengidentifikasi kelompok sasaran atau audiens yang menjadi fokus komunikasi politik dari kandidat etnis minoritas. Indikator ini mencakup segmen masyarakat atau pemilih yang dianggap penting untuk memperoleh dukungan.

13. Mobilisasi (Fasilitas, Money Politics, dll)

Mobilisasi diukur dengan mengidentifikasi dan menganalisis upaya yang dilakukan oleh kandidat etnis minoritas dalam memobilisasi dukungan politik. Fasilitas diukur berdasarkan jenis dan jumlah fasilitas yang diberikan kepada masyarakat sebagai bagian dari strategi mobilisasi. Money Politics diukur dengan melihat apakah ada upaya untuk menggunakan uang atau sumber daya finansial sebagai instrumen untuk mendapatkan dukungan politik.

M. Asumsi

1. Komunikasi politik etnis minoritas pada Pemilihan Legislatif Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019 cenderung lebih inklusif dan menyorot isu-isu yang relevan dengan etnis mayoritas, memakai media, baik tradisional maupun digital, untuk menjangkau etnis mayoritas, serta mengadopsi pendekatan yang lebih personal dan berbasis

komunitas untuk membangun kepercayaan dan kedekatan dengan etnis mayoritas.

2. Strategi komunikasi politik yang digunakan etnis minoritas dalam Pemilihan legislative Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019 dirancang dengan menonjolkan kesamaan dan nilai-nilai bersama dengan etnis mayoritas dengan lebih fokus pada isu-isu lokal yang mempengaruhi kedua kelompok untuk memenangkan dukungan etnis mayoritas, diantaranya penggunaan bahasa dan simbol-simbol kultural yang akrab dengan etnis mayoritas.
3. Bentuk Komunikasi paling efektif oleh etnis minoritas dalam **Pemilihan Legislatif Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2019, terutama melalui** liputan yang positif dan adil terhadap etnis minoritas bisa meningkatkan visibilitas dan penerimaan mereka di mata etnis mayoritas, sementara faktor seperti sentimen etnis, kebijakan pemerintah saat itu, dan dukungan dari partai politik turut mempengaruhi keterpilihan etnis minoritas dalam pemilihan.