

Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, Msi.

# Komunikasi Politik



# **KOMUNIKASI POLITIK**

**Dr. H Bachruddin Ali Akhmad, Msi**

**Aswaja Pressindo**

## **Komunikasi Politik**

**Penulis:**

**Dr. H Bachruddin Ali Akhmad, Msi**

**Editor:**

**Husein Abdurrahman, S.Sos, MSi**

**Cetakan I : 2019**

**viii + 48 Halaman; 15,5 x 23 cm**

**ISBN : 978-623-7593-27-0**

*All right reserved*

**Hak cipta dilindungi oleh undang-undang**

**Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apapun, tanpa izin tertulis dari penerbit**

**Diterbitkan oleh :**

**ASWAJA PRESSINDO**

**Anggota IKAPI No. 071/DIY/2011**

**Jl. Plosokuning V/73, Minomartani,**

**Sleman, Yogyakarta**

**Telp. (0274)4462377**

**E-mail : [aswajapressindo@gmail.com](mailto:aswajapressindo@gmail.com)**

**Website: [www.aswajapressindo.co.id](http://www.aswajapressindo.co.id)**

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Persembahkan untuk keluarga tercinta:

Dra. Hj Noor Baiti Bahar

M. Abqorie, S. Kom

A. Abrorie, SE

Aamalia Dini

Aqnia Dina

Al Mira

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT dan shalawat salam pada junjungan nabi Muhammad SAW atas segala limpahan berkah dan rahmatnya atas sekalian alam sehingga tanpa terasa penulis dapat menyelesaikan karya buku ini.

Buku ini merupakan bahan ajar pada mata kuliah Komunikasi Politik di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat. Buku ini banyak bercerita tentang dasar belajar komunikasi politik yang selama ini masih asing di ranah lokal. Semoga buku ini dapat menjadi penghantar nuansa keilmuan para pembaca pada komunikasi politik.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih pada semua pihak yang membantu sehingga buku ini dapat hadir dihadapan pembaca.

Banjarmasin, Maret 2018

Dr. H. Bachruddin AA

## DAFTARISI

COVER .....	i
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
Komunikasi Politik .....	1
Teori Komunikasi Politik .....	7
Bentuk Komunikasi Politik .....	11
Teknik Komunikasi Politik .....	17
Perspektif Komunikasi Politik .....	25
Perspektif Delia .....	33
Perspektif Chafee & Berger .....	39
Perspektif Sistem .....	43

## KOMUNIKASI POLITIK

Menurut Suwarno (1997) memahami pengertian komunikasi politik dalam arti sempit dan luas merupakan titik tolak untuk membedakan gejala komunikasi politik dengan gejala lainnya. Komunikasi politik dalam arti sempit adalah kurang lebih : setiap penyampaian pesan, baik dalam bentuk lambang tertulis ataupun tidak tertulis, dalam bentuk kata –kata terucapkan, atau dalam bentuk isyarat yang dapat mempengaruhi secara langsung kedudukan seseorang yang ada dalam puncak suatu struktur kekuasaan dalam suatu sistem.

Dalam arti di atas seakan – akan komunikasi politik hanya terjadi pada keadaan konflik yang sudah sangat gawat, sehingga perlu ada pergantian pemimpin puncak. Memakai definisi demikian, nampaknya akan banyak mengabaikan fenomena komunikasi politik yang lebih bersifat umum. Sehingga diperlukan definisi yang lebih luas. Dalam hal ini Suwardi (1997), mengemukakan definisi, komunikasi politik bersifat umum sebagai berikut : setiap jenis penyampaian pesan – pesan politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima, baik dalam bentuk kata –kata terucapkan atau dalam bentuk tertulis ataupun dalam bentuk lambang – lambang.

Menurut Suwardi (1997) batasan ini lebih mendekati kepada pengertian informasi politik, yaitu setiap bentuk pesan politik yang tujuan penyampaiannya tergantung kepada penggunaannya. Demikian juga nilai suatu nilai informasi itu biasanya ditentukan pula dan bagaimana orang lain menilai informasi itu sendiri. Jadi dengan demikian informasi juga dapat menghasilkan atau digunakan untuk tujuan – tujuan politik. Hal ini dapat diartikan bahwa tidak semua informasi mempunyai nilai politik.

Selanjutnya, menurut Suwardi (1997) setiap informasi yang digunakan oleh para pengusaha tujuannya tidak lain adalah untuk menjamin agar supaya pelaksanaan kebijakan politiknya dapat membawa pengaruh kepada tindakan penguasa itu sendiri. Hal ini bisa diartikan bahwa informasi bisa digolongkan mempunyai nilai

politik, lebih – lebih kalau itu disamakan dengan “kekuasaan”, maka dengan demikian siapa saja yang bisa menguasai informasi, maka ia akan mempunyai peluang pula memiliki kuasa.

Komunikasi dapat dilangsungkan setidak – tidaknya harus melibatkan 3 unsur komunikasi. Yaitu sumber, pesan dan penerima. Sumber adalah pihak yang memulai atau memprakarsai terjadinya proses komunikasi. Sumber dapat bersifat perorangan atau suatu lembaga. Pesan berupa informasi, pengetahuan, ide, maksud hati dan sebagainya. Penerima adalah pihak yang di tuju dalam proses komunikasi.

Proses komunikasi yang lebih lengkap, melibatkan pula sarana dan efek komunikasi tertentu. Sarana diperlukan bila tidak dapat dilakukan komunikasi tatap muka secara langsung dengan penerima. Misalnya karena hambatan jarak, atau keterbatasan si penerima.

Bila pesan sampai pada penerima, ia akan memberikan tanggapan tertentu. Dari efek inilah si komunikator mengetahui apakah pesannya (message) di terima atau di tolak, di terima secara tepat atau tidak dan sebagainya.

Dan Nimmo\_(1993) menghimpun beberapa definisi dari komunikasi. Dia menyebutkan ada yang mendefinisikan komunikasi sebagai : pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan; ada yang mengartikan sebagai pengkoordinasi makna antara seseorang dengan khalayak; ada yang mengartikan saling berbagi informasi, gagasan atau sikap; ada yang mendefinisikan sebagai berbagai unsur – unsur perilaku, atau modus kehidupan, melalui perangkat – perangkat aturan; ada yang mendefinisikan sebagai penyesuaian pemikiran, penciptaan perangkat simbol bersama di dalam pikiran para peserta – singkatnya suatu pengertian; ada yang mendefinisikan sebagai suatu peristiwa yang dialami secara internal, yang murni personal, yang dibagi dengan orang lain. Akhirnya, Dan Nimmo mendefinisikan komunikasi sebagai : proses interaksi sosial yang digunakan orang untuk menyusun makna yang merupakan citra mereka mengenai dunia ( yang berdasarkan itu mereka bertindak) dan untuk bertukar citra itu melalui simbol – simbol.

Kata politik pun menurut Dan Nimmo mempunyai berbagai definisi. Ada yang mendefinisikan politik adalah siapa memperoleh apa,

kapan dan bagaimana; ada yang mendefinisikan sebagai pembagian nilai – nilai yang berwenang; ada pula yang mengartikannya sebagai tindakan yang diarahkan untuk mempertahankan dan atau memperluas tindakan lainnya. Akhirnya, dia menyimpulkan bahwa politik adalah kegiatan orang secara kolektif yang mengatur perbuatan mereka di dalam kondisi konflik sosial.

Dari kedua konsepsi di atas, akan didapatkan beberapa definisi komunikasi politik. Fagen ( dalam Nasution, 1989 ) mendefinisikan komunikasi politik sebagai komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya. Cakupannya meliputi studi mengenai jaringan komunikasi (organisasi, kelompok, media – media, dan saluran – saluran khusus) dan determinan sosial ekonomi dan pola – pola komunikasi yang ada pada sistem yang dimaksud.

Adapun sistem politik menurut Almond adalah sistem dari interaksi – interaksi yang terdapat di semua masyarakat merdeka, yang melaksanakan fungsi – fungsi integrasi dan adaptasi ( baik internal maupun eksternal) dengan cara ( ancaman untuk ) menggunakan kurang lebih paksaan fisik. Perkataan kurang lebih dimaksudkan untuk memodifikasi legitimasi, karena kita tidak ingin mengenyampingkan dari definisi sistem politik ini, kenyataan adanya sistem – sistem lain seperti sistem totaliter, dimana tingkat legitimasi sangat diragukan, dan sistem – sistem revolusioner dimana basis legitimasinya mungkin masih dalam proses perubahan, ataupun sistem – sistem non barat lainnya dimana mungkin terdapat lebih dari satu sistem yang absah dalam kenyataannya.

Perkataan paksaan fisik dimaksudkan sebagai pembeda antara sistem politik dari sistem lain, karena hanya dengan merumuskan definisi yang spesifik seperti itu baru dapat dilakukan pembedaan, meskipun tidak dimaksudkan untuk merendahkan derajat politik menjadi kekuatan.

Menurut Mueller (1973) komunikasi politik adalah hasil yang bersifat politik (*political outcomes*). Berbeda dengan pengertian yang pertama, pada pengertian kedua ini, komunikasi politik bisa saja terjadi di dalam sistem apa saja, tidak harus di dalam dan atau antara sistem politik dengan sistem yang lain.

Sedangkan Almond dan Powell (1978) menempatkan komunikasi sebagai fungsi politik bersama – sama dengan fungsi lainnya (artikulasi, agregasi, sosialisasi, dan rekrutment) yang terdapat dalam suatu sistem politik. Bedanya, fungsi komunikasi merupakan prasyarat yang diperlukan bagi berlangsungnya fungsi– fungsi yang lainnya.

Bila definisi di atas dihubungkan dengan kemungkinan lingkup study, maka terdapat definisi yang sangat luas sehingga meliputi study bidang lain (Mueller), terdapat definisi di tengah– tengah (fager); dan yang sempit (Almond dan Powel).

Menurut Suwardi (1997) batasan komunikasi politik dalam arti sempit adalah kurang lebih: setiap jenis penyampaian pesan, baik dalam bentuk lambang – lambang yang tertulis ataupun yang tidak tertulis, dalam bentuk kata – kata terucapkan, atau dalam bentuk isyarat yang dapat mempengaruhi secara langsung kedudukan seseorang yang ada dalam puncak suatu struktur kekuasaan dalam suatu sistem.

Dalam arti di atas seakan – akan komunikasi politik hanya terjadi pada keadaan konflik yang sudah sangat gawat, sehingga perlu ada pergantian pimpinan puncak.

Memakai definisi yang demikian, nampaknya akan banyak mengabaikan fenomena komunikasi politik yang lebih bersifat umum. Sehingga diperlukan definisi yang lebih luas. Dalam hal ini Harsono Suwardi, mengemukakan bahwa setiap jenis penyampaian pesan – pesan politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima, baik dalam bentuk kata – kata terucapkan atau dalam bentuk tertulis ataupun dalam bentuk lambang – lambang.

Menurut Harsono batasan ini lebih mendekati kepada pengertian informasi politik, yaitu setiap bentuk pesan politik yang tujuan penyampaiannya tergantung kepada penggunaannya. Demikian juga nilai suatu informasi itu biasanya ditentukan pula dari bagaimana orang lain menilai informasi itu sendiri. Jadi dengan demikian informasi juga dapat menghasilkan atau digunakan untuk tujuan – tujuan politik. Hal ini dapat diartikan bahwa tidak semua informasi mempunyai nilai politik.

Selanjutnya, menurut Harsono setiap informasi yang digunakan oleh para penguasa tujuannya tidak lain adalah untuk menjamin agar supaya pelaksanaan kebijakan politiknya dapat membawa pengaruh

kepada tindakan penguasa itu sendiri. Hal ini bisa diartikan bahwa informasi bisa digolongkan mempunyai nilai politik, lebih – lebih kalau itu disamakan dengan “kekuasaan”, maka dengan demikian siapa saja yang bisa menguasai informasi, maka ia akan mempunyai peluang pula untuk memiliki kuasa.

Dalam hal ini Susanto (1976) melihat, julukan media massa sebagai kekuasaan ke empat di Inggris bukanlah sekedar julukan. Sebutan semacam itu muncul karena disadari bahwa media massa dapat berkomunikasi dengan massa dengan demikian mampu dan dapat menyebar luaskan pendapat atau menghambat pendapat yang lain.

Menurut Susanto (1976) lebih lanjut, pendapat yang disampaikan biasanya bukan merupakan data yang belum di olah, sehingga lahirlah istilah informasi. Karena pemikiran berkembang lebih lanjut, dan orang – orang mengatakan bahwa informasi adalah kekuasaan. Bagi negara industry, informasi sudah menjadi kebutuhan sehari – hari.

## TEORI KOMUNIKASI POLITIK

Littlejohn (1992) mendefinisikan teori adalah setiap upaya untuk menjelaskan fenomena. Atau dengan perkataan lain konseptualisasi seseorang terhadap serangkaian kejadian. Konseptualisasi atau pembentukan teori melalui tahapan observasi, membuat hipotesis dan revisi.

Jika pengertian teori dihubungkan dengan komunikasi selalu membujuk kepada kumpulan teori (*body of theory*) mengenai proses komunikasi. Ada 2 (dua) tujuan mempelajari teori komunikasi, yakni : membuat kita lebih kompeten (berwenang) atau mampu dalam ilmu ini dan membuat kita lebih adaptif atau mudah menyesuaikan diri dalam suatu proses komunikasi.

Teori – teori didalam ilmu komunikasi pada mulanya dikembangkan dalam berbagai disiplin ilmu lain. Karena itu tidak mengherankan banyak teori – teori komunikasi yang nama dan isinya mirip dengan teori – teori dari disiplin ilmu lain seperti ilmu sosial, ilmu psikologi dan sebagainya.

Sejak tahun 1940 an mulai dikembangkan teori komunikasi sebagai teori didalam disiplinnya sendiri. Dan sekitar tahun 1960 an seluruh teori komunikasi disatukan satu sama lain, serta spesialisasi didalam komunikasi dimulai tahun 1970 an.

Pada sekitar tahun 1970 an inilah Thomas Kuhn (1962) mengintrodukir konsep paradigma. Kemudian dirumuskan Robert Friedrichs sebagai suatu pandangan mendasar tentang apa yang menjadi pokok persoalan (subyek matter) yang semestinya dipelajari. Kuhn melihat perkembangan ilmu terjadi secara revolusi. Setiap masa ada paradigma yang muncul dan menonjol, kemudian digantikan yang lain, begitu seterusnya. Jadi, paradigma baru bukanlah kelanjutan dari paradigma lama.

Pada saat yang sama paradigma komunikasi yang dominan adalah paradigma lama, antara lain paradigma formula Lasswell, 10

(sepuluh) aspek kejadian komunikasi dari Garbner dan sebagainya. Namun pada ujung dekade ini muncul paradigma baru yang di introdusir oleh B. Aubrey Fisher sebagaimana diungka[kan dalam bukunya "*perspectives on human communication*".

Namun menurut Anwar Aripin (ibid) Fisher tidak menggunakan istilah paradigma untuk penemuannya itu. Dia menggunakan istilah perspektif, karena menurut pendapatnya istilah paradigma dari Kuhn itu telah ditafsirkan secara baerlain –lainan sehingga mencegah penggunaan yang netral. Dia menrangkum teori komunikasi yang selama ini menjadi 4 paradigma atau perspektif, yaitu : mekanistik, psikologik, interaksional dan pragmatik.

Perkembangan masalah komunikasi yang begitu cepat, sebagai akibat dari kemajuan teknologi, memerlukan penjelasan – penjelasan yang lebih baru lagi searah dengan trend permasalahannya.

Permasalahan komunikasi secara global mempunyai ciri – ciri:

1. Kesulitan untuk perangkat lunak, yaitu : muatan yang mengisi media massa khususnya televisi yang disiarkan secara nasional, terutama yang berasal dari luar negeri. Masing –masing negara tentu berusaha agar bangsanya, tetap memiliki rasa nasionalisme yang memadai.
2. Kesulitan dalam menentukan teknologi komunikasi yang dipilih, apakah yang mengandalkan satelit ataukah kabel yang menggunakan serat optik dalam sistem telekomunikasi nasional masing – masing. Mengingat negara –negara sedang membangun menghadapi kendala sumber daya manusia yang belum begitu siap, dana yang terbatas serta masing – masing perusahaan atau negara yang memproduksi peralatan teknologi canggih ini bersaing dalam menawarkan produknya.

Ditingkat nasional, masing –masing negara selain dihadapkan dengan masalah kependudukannya, kelahiran yang tinggi, penyebaran penduduk yang tak merata, kesempatan kerja yang kurang, lingkungan hidup yang rendah kualitasnya, sampai masalah sosial budaya lainnya.

Melihat situasi perkembangan masyarakat ditingkat global dan nasional yang tergambar demikian, tampaknya teori komunikasi politik yang cocok untuk mengantisipasi tertentu pula. Kalau kita

memakai perspektif historis, filsafat, topik situasional maupun sistem yang selama ini kita kenal, ada hal yang tampaknya kurang relevan. Hal yang terakhir terutama menjadi jelas bila perspektif – perspektif tersebut dikaitkan dengan tempat kelahirannya dan masalah yang dihadapi negara – negara sedang membangun.

Teori komunikasi politik yang populer dapat dikelompokkan menjadi 5 (lima) jenis pengelompokan, sebagai berikut, yaitu:

1. *Structural and functional theories*. Ciri – cirinya yakni:
  - a. Memisahkan simbol – simbol dengan bahasa dan pikiran.
  - b. Reality berasal dari luar.
  - c. Mengutamakan keselarasan dan kestabilan.
2. *Cognitive and behavioral theories*. Ciri – cirinya yakni:
  - a. Terjadi tidaknya respon dari *receiver* menentukan terjadi tidaknya komunikasi.
  - b. Melihat komunikasi dari aspek psikologi.
  - c. Mengutamakan analisis sistem / variabel.
3. *Interactional and conventional theories*. Ciri – cirinya yakni:
  - a. Memandang struktur sebagai produk interaksi.
  - b. Memandang kehidupan sosial sebagai proses interaksi untuk mempertahankan dan merubah konvensi.
  - c. *Meaning* berkembang terus selama interaksi.
4. *Interpretive theories*. Ciri – cirinya yakni:
  - a. Memandang bahasa sebagai pusat pengalaman, karena dia menyimpan arti dimana seseorang hidup.
  - b. Memandang pengertian seseorang tentang pengalamannya lebih unggul dari yang didapatkan siapapun.
  - c. Individu dianggap aktif.
5. *Critical theories*. Ciri – cirinya yakni:
  - a. Mengakui pentingnya budaya dalam tingkah laku dan perubahan sosial.
  - b. Mengakui peranan bahasa.
  - c. Mengkritik 4 jenis teori sebelumnya.

Pengelompokan teori komunikasi politik berdasarkan perspektif secara garis besar sebagai berikut, yaitu:

1. Structural and functional theories:
  - a. System theory.
  - b. Information theory.
  - c. General system theory.
  - d. Convergence theory.
  - e. Theories of sign and language
  - f. Semiotic.
  - g. Langer's theory of symbol.
  - h. Theories of non verbal communication.
  - i. Theories of discourse.
  - j. Speech act theory.
2. Cognitive and behavioral theories:
  - a. Theories of message production.
  - b. Process theories.
  - c. Theories of message reception and processing.
  - d. Relevance theory.
  - e. Consistency theory.
  - f. Sosial judgement theory.
  - g. Etc.
3. Interactional and conventional theories:
  - a. Theories of symbolic interaction, dramation, and narrative.
  - b. Theories of social and cultural reality.
  - c. Contingency rules theory.
4. Interpretive theories:
  - a. Theories of exprience and interpretation.
5. Critical theories:
  - a. Feminist theories.
  - b. Muted group theory.

## BENTUK KOMUNIKASI POLITIK

Bentuk - bentuk komunikasi politik yang ada sekarang ini tidak lepas dari kejadian – kejadian yang dilakukan menurut para ahli. Kejadian yang sistematis mengenai komunikasi politik telah dimulai sejak karya – karya kaum Sophist dan pandangan – pandangan yang dikemukakan Aristoteles dalam karya – karya klasik dalam bidang seni persuasi yang ditulis oleh Sun Ten, St. Thomas Aquinas, Shakes Peare, Machia Velly (Nasution, 1990).

Di Amerika Serikat dan Eropah Barat penelitian komunikasi politik terutama setelah perang dunia II banyak berfokus pada studi tentang propaganda dan persuasi. Belakangan studi tentang propaganda menurun, setelah diketahui ketidak efektifan propaganda dalam komunikasi politik (Keandom, 1980) sebaliknya, studi mengenai persuasi menjadi lebih meningkat.

Menurut Suwardi (1997) studi – studi yang termasuk komunikasi politik antara lain meliputi, sebagai berikut, yaitu:

1. Propaganda
2. Pendapat umum
3. Retorika
4. Sistem pers, termasuk didalamnya mengenai hubungan antara pers – pemerintah – masyarakat
5. Komunikasi silang budaya.

Sementara itu pandangan berbeda dari Nasution (1990) antara lain meliputi, sebagai berikut, yaitu:

1. Analisis retorik
2. Analisis propaganda
3. Riset Perubahan mental
4. Studi pemberian Suara
5. Studi hubungan pemerintah dengan media pemberitaan
6. Analisis sistem dan fungsional (komunikasi politik)

7. Perubahan teknologis (dalam kaitannya dengan komunikasi politik).

Berbeda dengan kedua pendapat di atas, Nimmo (1993) membedakan bentuk komunikasi politik atas 2 kelompok besar, yaitu :

1. Pembicaraan politik, yang terdiri dari :

- a. Lambang
- b. Bahasa
- c. Opini publik

2. Persuasi politik, yang terdiri dari :

- a. Propaganda
- b. Periklanan
- c. Retorika

Dalam suatu pembicaraan politik obyek yang di terima, di ambil maknanya oleh komunikastor melalui perantaraan lambang. Apa makna yang diperoleh tergantung pada reference yang dipunyai, dan pikirannya. Dengan demikian pembicaraan politik dapat dikatakan sebagai kegiatan simbolik.

Menurut Mead (Nimmo, 1993) berfikir selalu melibatkan lambang. Agar pembicaraan politik terjadi, harus digunakan lambang berarti (signifikan). Lambang signifikan tidak ada sebelum percakapan, tetapi muncul melalui pengambilan peran bersama, suatu proses interaksi sosial. Jadi, lambang berarti (signifikan) dibidang politik lahir dari negoisasi dan renegoisasi para aktor komunikasi politik.

Menurut Nimmo (1993) ada beberapa jenis lambang signifikan, ada yang berkaitan dengan Antoritas, ada dengan Konstitusi, dengan hukum serta traktat. Dan sebagainya. Di titik dari kegunaannya atau obyeknya ada lambang yang bersifat residensial dan ada pula yang bersifat kondensasi. Yang bersifat referensial menunjukkan kategori khusus atau umum dari obyek – obyek, apakah obyek fisik, sosial, atau abstrak atau dalam istilah lain lambang referensial ini setara dengan lambang yang mempunyai arti denotatif.

Contonhnya, selemba bendera merah putih bisa mengacu kepada selemba kain dengan desain yang khas. Lambang yang bersifat

kondensasi adalah bentuk perilaku substitusif yang sangat padat bagi ungkapan langsung.

Contohnya, bendera merah putih selain berarti sebagai selembar kain dengan desain khas, juga berarti perasaan orang – orang terhadap negara mereka. Namun, lambang seringkali sekaligus melambangkan kedua makna sekaligus. Contohnya, Jimmy Carter dan Ralph Nader adalah pimpinan simbolik karena nama itu selain mengacu kepada si pribadi, juga mengacu kepada orang tertentu yang didukung oleh para pendukungnya sebagai sasaran untuk memproyeksikan kebutuhan, tuntutan, dan pengharapan emosional yang dialami mereka secara mendalam.

Kegiatan simbolik terdiri atas orang – orang yang menyusun makna dan tanggapan bersama terhadap perwujudan lambang – lambang referensial dan kondensasi. Dengan melihat bahwa lambang dapat berarti referensial dan kondensial maka lambang yang di sandang seseorang dapat menyebabkan orang untuk memainkan peran tertentu. Misalnya, si Ali menduduki jabatan dekan, maka dalam perilakunya dia cenderung berperilaku sesuai dengan peran dekan.

Jika lambang dalam pembicaraan politik berperan sebagai kata, maka bahasa adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Tersusun dari kombinasi lambang – lambang signifikan (tanda dengan makna dan tanggapan bersama orang – orang), didalamnya
2. Signifikan lambang – lambang itu lebih penting daripada situasi langsung tempat bahasa itu digunakan
3. Lambang – lambang itu digabungkan menurut peraturan tertentu.

Sementara itu menurut Robinson (Nimmo, 1993) ada 13 fungsi bahasa yang utama, sebagai berikut, yaitu:

1. Penghindaran kegiatan yang lebih buruk. Di politik pejabat sering menggunakan bahasa sebagai alat mengelakkan diri dari pertanyaan – pertanyaan yang tidak mereka sukai. Dalam hal ini Susanto (1975) mengemukakan 7 tehnik untuk mencapai tujuan di atas, antara lain : penggunaan pribahasa, keneralisasi,

simplikasi, berpikir spekulatif, tehnik menyudutkan, menyelewengkan pembicaraan, dan rasionalisasi.

2. Normas persesuaian. Para politikus, misalnya siaga untuk mengatakan bahwa mereka patuh kepada kaidah permainan yang jujur dan sebagainya.
3. Estetika.
4. Peraturan pertemuan. Bahasa digunakan untuk mengucapkan salam dan perpisahan.
5. Performatif. Orang menggunakan bahasa untuk membuat janji, jaminan bahwa tindakan akan dilaksanakan.
6. Peraturan diri. Richard Nixon menggunakan hampir sepertiga dari pembicaraan pribadinya sebagai latihan dari apa yang diucapkannya di depan umum.
7. Peraturan orang lain.
8. Ungkapan emosi.
9. Ungkapan Identitas Sosial.
10. Ciri hubungan peran. Melalui pembicaraan orang saling membedakan status masing – masing sebagai atasan, bawahan atau sederajat.
11. Pengacuan kepada dunia non linguistik. Menjalankan fungsi dalam proses pemikiran, pemecahan masalah, analisis, perdebatan, pelaporan, dan sebagainya.
12. Pengajaran.
13. Penyelidikan. Seperti interogasi, interview dan sebagainya.

Sapir dan Whorf (Nimmo, 1993) mengemukakan bahwa bahasa mempengaruhi orang lain dalam berfikir. Hipotesa ini memiliki argumentasi terkuat bahwa setiap kategori pemikiran diturunkan dari kata – kata yang tersedia bagi kita. Misalnya, ketika mobil diperkenalkan, bahasa apace tidak mempunyai kata bagi mesin semacam itu.

Oleh sebab itu, orang a pace menerapkan torminologi yang sudah ada dengan memikirkan mobil itu sebagai tubuh manusia; kata mereka untuk bahu diacungkan untuk bumper depan, mulut kepada lubang

tempat mengisi bensin, mata kepala lampu besar, dan seterusnya. Bahasa bisa verbal dan non verbal.

Menurut Alber Mehrabian (Nimmo, 1993) dampak total dari setiap komponen pesan adalah = 0,07 Verbal + 0,38 Vokal + 0,55 Fasial, dengan ketentuan bahwa pesan ada yang tertulis dan lisan. Dari rumus dapat dilihat bahwa pengaruh lambang non verbal. Unsur facial dari unsur diatas mengacu kepada ekspresi semua tindakan non verbal (gerakan tubuh, sentuhan, perubahan air muka, jarak secara fisik dll).

Persuasi (mengubah sikap dan perilaku orang dengan menggunakan kata – kata lisan dan tertulis ) politik sebagai propaganda (Nimmo, 1993). Propaganda dicirikan beberapa hal, sebagai berikut, yaitu:

1. Komunikasi satu – kepada banyak.
2. Beroperasi terhadap orang – orang yang mengidentifikasikan diri mereka sebagai anggota kelompok.
3. Sebagai mekanisme kontrol sosial dengan menggunakan persuasi untuk mencapai ketertiban.

Kemudian Nimmo (1993) mengemukakan persuasi politik sebagai periklanan, yang dicirikan, sebagai berikut yaitu:

1. Komunikasi satu – kepada banyak, tetapi terpisah dari kelompoknya, independen, sebagai individu tinggal.
2. Mengimbu individu lepas dari kelompoknya, (keselektifan konvergen).

Sementara itu persuasi politik sebagai retorika, menurut Nimmo (1993) dicirikan 2 hal sebagai berikut, yaitu:

1. Komunikasi dua arah, satu kepada satu, dalam arti bahwa satu atau lebih orang (seseorang berbicara kepada seseorang yang lain).
2. Bekerja melalui hubungan interpersonal yang inheren, yang mempertalikan orang, melalui konsensus (negoisasi).

## TEKNIK KOMUNIKASI POLITIK.

Pada bagian ini diuraikan teknik – teknik atau gaya komunikasi politik yang berhubungan dengan penggunaan lambang dari atau bahasa, bentuk opini publik, propaganda, periklanan dan rethorika. Sebetulnya ada beberapa kekeliruan yang bersifat semantik / sintaktik dapat digunakan sebagai suatu teknik dalam komunikasi politik (Nimmo, 1993), yang meliputi sebagai berikut yaitu:

1. Berkaitan semantik (makna), terdiri dari:
  - a. Kekeliruan verbal transitif, yakni mengalihkan perhatian para komunikator dengan menghadirkan kekeliruan verbal transitif. Misalnya pelempar membuat pemukul takut (dalam permainan *base ball*).
  - b. Menggunakan kata atau lambang linguistik yang lain seakan – akan ia obyek yang diwakilinya. Misalnya kata kongres seolah – olah mewakili individu anggota DPR, Senator dan staf kongres.
  - c. Reaksi identifikasi, yaitu menggunakan nama yang identik untuk obyek yang berbeda, supaya mendapatkan tanggapan yang sama. Misalnya semua anggota rumah nomor X apakah mertua, isteri, anak, sepupu di identifikasi sebagai anggota partai tertentu.
  - d. Reifikasi, yakni berbicara tentang gagasan abstrak seakan – akan ia adalah kenyataan yang dapat diamati. Misalnya hari ini negara bagian Maine memutuskan untuk menyelenggarakan pemilihan pendahuluan presiden.
2. Berkaitan dengan sintaktika (kaidah), yakni dengan melakukan pembicaraan politik yang melanggar kaidah bahasa. Bentuk pelanggaran itu terdiri dari:
  - a. Dapat dengan melarang orang secara bebas untuk berbicara sesuai dengan jaminan yang diberikan oleh konstitusi.

- b. Dapat membuat aturan sintaksis politik yang baku, meskipun seharusnya ia bebas untuk disebut, di renegotiasi dan revisi.
3. Berkaitan dengan pragmatika (analisis penggunaan dan akibat) yang bukan pelanggaran semantik / sintaktik.

Untuk menyakinkan dan membangkitkan massa dengan menggunakan lambang dan bahasa (Nimmo, 1993), digunakan teknik komunikasi politik, sebagai berikut yaitu:

1. *Enfeisme* yakni penggunaan istilah yang tidak ofensif sebagai pengganti istilah yang dianggap tugas secara ofensif. Misalnya, istilah kenaikan harga BBM di ganti dengan istilah penyesuaian harga BBM.
2. *Puferi* yakni menyatakan secara berlebihan masalah penilaian dan opini subyektif dalam menaksir selera keindahan, kesenangan, popularitas, keawetan dan sebagainya. Misalnya, bangsa Jepang cahaya Asia.
3. Metafora yakni peranti bahasa yang menerangkan sesuatu yang tidak dikenal dengan mengidentifikasinya dengan sesuatu yang lebih langsung, jelas, dan di kenal. Dalam pembicaraan politik, metafora meminta perhatian kepada hasil – hasil dari kebijaksanaan yang diusulkan, sementara akibat – akibatnya yang kurang menguntungkan disembunyikan. Misalnya, Amerika Serikat menggambar – gambarkan diri sebagai pembela hak azasi manusia terdepan, sementara pelanggaran hak wanita dan kulit hitam dinegerinya ditutupi.
4. Mitos dan Ritual yakni kecendrungan yang sama pada banyak orang untuk menganggap bahwa bencana yang mengancam atau tak tampak itu berasal dari suatu komplotan, persekongkolan, atau musuh yang tak dapat diterangkan, semacam hasrat mencari kambing hitam. Misalnya, kemelaratan rakyat Indonesia di zaman orla di anggap sebagai ulah kaum kafir.

Kemudian untuk peningkatan status, digunakan teknik komunikasi politik, sebagai berikut yaitu:

1. Penggunaan teknik a sampai dengan d.
2. *Labeling*, yakni penerapan kata – kata ofensif kepada individu, kelompok, atau kegiatan untuk menurunkan statusnya; dan

hal itu akan menaikkan status yang memberikan labeling. Misalnya pada masa zaman nazi, kelompok elit yahudi diberi label parasit, binatang pengganggu dan sebagainya.

3. Assosiasi yakni penyamaan sebuah kata yang menunjukkan sifat – sifat negatif atau positif dengan orang, kelas atau perangkat tindakan. Misalnya hitam diasosiasikan kotor.

Kemudian untuk pemberian informasi yang bersifat politik, digunakan teknik komunikasi politik, sebagai berikut yaitu:

1. Komunikasi terarah, yakni kebijakan pemerintah berusaha menstrukturkan bahasa untuk melegitimasi otoritas kelompok tertentu dan untuk melambatkan status kawula bagi semua yang lain. Misalnya, dalam bahasa Jawa, rakyat kecil dianggap sopan, bila menggunakan (struktur) bahasa kromo hinggil bila berbicara dengan para bangsawan.
2. Komunikasi tertahan, yakni penggunaan alat simbolik yang tidak sepenuhnya dapat mendesak agar tuntutan komunikator dapat di akui. Misalnya pemerintah Indonesia menyebut Fretelin sebagai pemberontak / pengacau keamanan.
3. Komunikasi terkekang, yaitu : penggunaan pembicaraan politik oleh kaum elit yang melayani diri sendiri untuk memajukan kepentingan material mereka. Misalnya informasi yang berisi ekonomis tinggi, beredar hanya dikalangan elit.

Ada banyak teknik komunikasi politik yang dikemukakan para ahli, berikut ini dikemukakan secara singkat teknik – teknik tersebut. Teknik propaganda menurut Lawren CE W Dorob (dalam Sastropetro, 1991) antara lain sebagai berikut yaitu:

1. *Repetition and simplification* yakni pesan disampaikan dalam bentuk sangat sederhana dengan cara berulang – ulang dan terus menerus sambil diselingi penonjoloan slogan – slogan.
2. *Integration of attitudes* yakni penyesuaian isi propaganda dengan sikap – sikap penduduk yang sudah ada.
3. *Arousing sub missire attitude* yakni membangkitkan sikap yang dapat mendukung masalah yang dikemukakan dalam propaganda dengan jalan mengamankan dari sikap – sikap para penentanganya.

4. *Using negative suggestion* yakni menggunakan sugesti yang bersifat negatif dalam wujud *counter* propaganda dengan bertujuan melemahkan dan menghancurkan posisi lawan.
5. *Using all form of persuasive* yakni menggunakan segala bentuk bujukan, rayuan, himbauan, iming – iming terhadap komunikan.

Kemudian pandangan menurut Albig (1956) tentang teknik propaganda antara lain adalah sebagai berikut, yaitu:

1. *Reification* yakni cara penyajian suatu hal, obyek, gagasan dalam bentuk gambaran yang konkrit, tegas dan nyata.
2. *Simplification* yakni mengemukakan sesuatu secara sederhana dan mudah dipahami.
3. *Personification* yakni lembaga – lembaga yang bersifat impersonal, konsepsi dan masalah yang abstrak dipersonifikasikan. Misalnya, negara Amerika Serikat dipersonifikasikan sebagai negara paman sam.
4. *Role emotions* yakni rasa cinta, benci, takut, teror, amarah melahirkan daya kekuatan yang hebat membentuk pendapat umum.
5. *Rationalisation* yakni proses pembenaran berdasarkan alasan – alasan yang logis mengenai suatu kepercayaan yang tengah di anut, tindakan yang telah atau tengah dilakukan.

Kemudian Hitler mengemukakan dalam buku "*meinkampf*" beberapa teknik propaganda, sebagai berikut, yaitu:

1. Propaganda ditujukan kepada massa, jangan ditujukan kepada golongan intelektual.
2. Propaganda tidak boleh memberikan pandangan segala sudut.
3. Propaganda harus subyektif, dalam arti tidak boleh memberikan untuk diperbandingkan.
4. Isi propaganda yang terpenting harus diulangi secara terus – menerus (Albig, 1956).

Kemudian Humil dan Huntress antara lain mengemukakan teknik propaganda lainnya, sebagai berikut, yaitu:

1. *The bald appeal* yakni menyatakan sesuatu anjuran atau sugesti secara langsung tanpa komentar. Misalnya humor selalu di terima karena menumbuhkan suasana santai, tidak tegang, tidak formal.
2. *Shock Technique* yakni penggunaan sesuatu yang dapat menimbulkan perasaan ngeri, kasihan, dan sebagainya.
3. *Half truths* yakni sengaja menyisihkan fakta atau catatan historis yang ada.
4. *Snob – appeal and home – falk* yakni *snob* adalah kegiatan seseorang dalam cara berbicara bertingkah laku mengimitasi orang yang mempunyai prestise sosial, status / kedudukan atau pengetahuan tinggi.
5. *Beging the question* yakni menyatakan sesuatu seolah – olah pasti. Misalnya sekali mencoba menjadi terbiasa.

Lembaga untuk analisis propaganda (IOPA) sebagaimana tercantum dalam Nimmo (1993), mengemukakan teknik propaganda yang memanfaatkan kombinasi kata, tindakan, dan logika untuk tujuan persuasif, sebagai berikut yaitu:

1. Penjulukkan (*name calling*) yakni memberi label buruk kepada gagasan, orang, obyek, atau tujuan agar orang menolaknya tanpa menguji kenyataannya.
2. Iming – iming (*glittering generalites*) yakni menggunakan kata yang baik untuk melukiskan sesuatu agar mendapat dukungan, lagi – lagi tanpa menyelidiki ketepatan asosiasi itu. Misalnya : nixon menyebut “mayoritas baru” bagi pemilih pemula.
3. *Tranter* yakni mengidentifikasi suatu maksud dengan lambang otoritas. Misalnya pilih kembali presiden.
4. Testimonial yakni memperoleh ucapan orang yang dihormati atau dibenci untuk mempromosikan atau meremehkan suatu maksud, sarana yang mudah kita mengenalnya dalam dukungan politik oleh surat kabar, tokoh terkenal, dan sebagainya.
5. Merakyat (*plain folk*) yakni imbauan yang mengatakan bahwa pembicara berpihak kepada khalayaknya dalam usaha bersama yang kolaboratif. Misalnya : saya salah seorang dari anda, hanya rakyat biasa.

6. Memufuk kartu (*card stacking*) yakni memilih dengan teliti pernyataan yang akurat dan tidak; yang logis dan tidak; untuk membangun suatu kasus (melihat dari satu sisi saja).
7. Gerobak musik (*band wagon*) yakni usaha untuk menyakinkan khalayak akan kepopuleran dan kebenaran tujuan sehingga setiap orang akan turut naik. Oleh sebab itu, setiap orang harus mengikuti tujuan kandidat yang berusaha mendapat nominasi partai agar mempunyai suara dalam peristiwa – peristiwa sesudah kemenangannya yang pasti. (membesar – besarkan sukses yang dicapai seseorang atau suatu kelompok).

Liliweri (2003) mengemukakan teknik periklanan yang mempunyai ciri-ciri tertentu, sebagai berikut yaitu:

1. Komunikasi tidak langsung.
2. Melalui komunikasi massa.
3. Di bayar berdasarkan tarif tertentu yang diketahui umum.
4. Di ketahui secara jelas sponsor atau pemasang iklannya.

Kemudian Susanto (1976) mengemukakan 3 (tiga) metode retorika yang lazim digunakan, sebagai berikut, yaitu:

1. Memaksakan (dengan *coersion* ataupun indoktrinasi).
2. Memenangkan diri dalam perdebatan.
3. Meyakinkan pihak lain.

Namun menurut Susanto (1976) untuk dapat memenangkan dalam suatu perdebatan dapat dilakukan teknik – teknik sebagai berikut yaitu:

1. Penggunaan pepatah dan pribahasa dalam argumentasi. Misalnya tak ada gading yang tak retak.
2. Generalisasi yakni biasanya terjadi kalau pembicaraan melibatkan perasaan. Misalnya untuk mengakhiri suatu diskusi “demi persatuan” “kita bermusyawarah”.
3. Penyederhanaan atau simplifikasi. Misalnya sebab harga minyak naik, semua harga naik.
4. Berpikir spekulatif. Misalnya kalau hari raya harga – harga naik, karena tradisi.

5. Teknik menyudutkan yakni menggunakan fakta – fakta untuk menggiring orang pada sikap atau perilaku tertentu.
6. Melebih – lebihkan sesuatu.
7. Mengarahkan diskusi pada situasi ekstrim.
8. Menyelewengkan pembicaraan.
9. Rasionalisasi.
10. Membuat pembicaraan berhubungan sebagai sebab – akibat.

## PERSPEKTIF KOMUNIKASI POLITIK

Pandangan seseorang mengenai suatu gagasan, metode, teknik, fakta dan sebagainya beserta keterkaitannya dapat disimpulkan dalam sebuah istilah yang disebut perspektif. Pembicaraan mengenai hal yang terakhir bila dikaitkan dengan teori akan menyentuh konsep *axioma*, *intentionality* dan konsep meta teori lain yaitu, *epistemology*, *ontology* serta *axiology*. Berikut, akan diuraikan konsep – konsep tersebut dengan teori komunikasi.

Menurut Bowers dan Bradac (1982), *axioma* adalah kepercayaan yang dianut secara luas dan tak perlu dibuktikan karena benar dengan sendirinya. Adapun *axioma – axioma* tersebut adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Komunikasi merupakan pemancaran dan penerimaan informasi. Pertanyaan pokok dari peneliti yang menganut *axioma* ini adalah : apakah informasi yang diterima sama banyaknya dengan yang dikirim? berdasarkan hasil riset yang mengacu pada Shannon dan Weaver (1949), dinyatakan bahwa secara *axiomatik* (kuantitatif) informasi yang diterima sama dengan yang dipancarkan. Berdasarkan hal di atas, dapat diketahui, *axioma* ini lebih mementingkan aspek fisik dari sebuah informasi, sementara aspek makna (*meaning*) yang dikandungnya agak diabaikan.
2. Komunikasi membangkitkan arti / makna. *Axioma* ini didukung oleh Barnlund (1962). Menurut *axioma* ini arti / makna ditimbulkan oleh tingkah laku dan bekas – bekasnya (rekaman tentang tingkah laku yang ada di otak). Arti / makna / informasi yang diperoleh, karena bungkus dari arti itu sendiri atau perilaku yang berkedudukan sebagai konteks berubah – ubah atau perilaku selektif dari sasaran. Misalnya, menyeleksi hal – hal yang tidak masuk akal, maka arti / makna dari suatu pesan pun berubah – ubah. Dengan kata lain arti yang disampaikan tidak sama dengan arti yang diterima.

3. Komunikasi adalah tingkah laku individu. *Axioma* ini dianut oleh para *behaviourism*, *positivism* dan *psychological reductivism*. Menurut *axioma* ini, komunikasi adalah rancangan verbal (pesan terbuka) dan non verbal (pesan tertutup) yang menimbulkan respon – respon individu yang bersifat paralel (yang diinginkan komunikator). Dengan kata lain pesan yang disampaikan (stimulus) dan reaksi yang ditimbulkannya (respon) adalah sebagai hasil (produk) yang diolah – olah otak / pikiran individu sesuai dengan perannya (sebagai komunikasi atau komunikan).
4. Komunikasi adalah hubungan berbagai tingkah laku dari individu – individu yang berhubungan. Pendukung *axioma* ini adalah para penganut psikologi gestalt (terlihat), *group mind*, dan psikologi ketidak sadaran kolektif. Mereka berpendapat komunikasi merupakan gambaran yang muncul dari tingkah laku kedua belah pihak, bukan penjumlahan, melainkan suatu kesatuan interaksi yang simetris (perkawinan tingkah laku yang mewujudkan perilaku yang sama sekali berbeda dari asalnya). Dengan kata lain, komunikasi tidak hanya diproses sendiri – sendiri tetapi juga oleh pola hubungan psikologi diantara keduanya.
5. Komunikasi manusia adalah unik. Mengenai *axioma* ini Burke (1966) menulis “manusia adalah binatang pemakai symbol”. Atau dengan kata lain hanya manusialah yang menggunakan simbol (bahasa) dalam interaksinya.
6. Komunikasi manusia adalah salah satu bentuk dari komunikasi binatang. Tingkah laku simbolik, termasuk bahasa sebagai produk otak ditemukan juga pada binatang lumba – lumba dan orang utan (*sympance*). Beberapa atribut manusia dapat dilihat dalam bentuk yang lebih rendah pada perilaku binatang. Karena itu, beberapa atribut binatang dapat dipakai mempelajari tingkah laku manusia.
7. Komunikasi adalah proses. *Axioma* ini dipopulerkan oleh Berlo (1960). *Axioma* dalam artian ini mempunyai dua arti, yakni:
  - a. Komunikasi melibatkan variabel – variabel yang berinteraksi, dalam suatu system proses sebab akibat. Misalnya sistem SMCR Berlo.
  - b. Komunikasi merupakan transaksi (pertukaran) antara pemakai simbol – simbol yang berarti, bersifat dinamis, berganti – ganti

dalam posisi dan berubah – ubah persepsi dan metafisisnya terhadap yang lain selama komunikasi. Misalnya pengertian kata berubah – ubah dari waktu ke waktu.

Dari dua pengertian di atas dapat ditarik 2 (dua) sifat komunikasi, yaitu terikat waktu (*time bound*) dan tak bisa ditarik lagi (*unversible*). Misalnya ralat tak bisa dikembalikan kesalahan yang menodai suatu berita. *Axioma* ini mendekati kebenaran, karena sifat verifikasi yang tinggi di dunia empiris.

8. Komunikasi adalah statis/diam. Bila kita meyakini aksioma 4a, maka sulit bagi kita menerima aksioma 4b ini. *Axioma* ini menunjuk ke stasion bahasa / *langue / grammar* sebagai kestatisan komunikasi. Padahal dalam konsep komunikasi bahasa hanyalah salah satu unsur saja. Karena itu pernyataan bahwa komunikasi itu statis, disebabkan komunikasi selamanya dalam bahasa tertentu, dan yang berubah hanyalah isinya – pikiran, perasaan – tidak dapat diterima.
9. Komunikasi tergantung konteksnya. *Axioma* ini pada umumnya diyakini orang, namun dalam penelitian sering diabaikan, karena kesulitan cara mengukurnya. Konteks akan mempengaruhi arti pesan dalam dua wujud, yakni:
  - a. Konteks komunikasi berupa gaya bahasa, pengungkapan perasaan, dan keakraban.
  - b. Konteks situasional berupa pengertian tentang peranan sosial, pengakuan peristiwa – peristiwa dimana komunikasi dilangsungkan.
10. Komunikasi tak tergantung konteksnya. Golongan yang berpendapat liberal meyakini akan adanya komunikasi tak berkonteks, berupa S – R. Komunikasi terjadi karena dorongan biologi yang menghasilkan tanggapan reflek. Misalnya kata Duck di dengar oleh pasukan artileri AS menyebabkan mereka tiarap, padahal orang yang meneriakkan kata tersebut hanya bermaksud menunjukkan di suatu tempat ada angsa.
11. Manusia makhluk yang tidak dapat tak berkomunikasi. Setiap perilaku simbolik yang disengaja yaitu, yang dirancang untuk menciptakan makna adalah komunikasi. Atau dengan kata lain

- komunikasi adalah apa saja perilaku seseorang yang dapat dipersepsikan orang lain.
12. Manusia mahluk yang dapat tidak berkomunikasi. Setiap perilaku yang tidak disengaja, bukanlah komunikasi. Atau dengan perkataan lain, setiap perilaku orang yang tidak dimengerti oleh orang lain bukanlah komunikasi.
  13. Komunikasi bermakna dan kekuatan yang ampuh dimasyarakat. Komunikasi mempengaruhi masyarakat, kebudayaan, organisasi atau pribadi – pribadi melalui media massa. Pengaruh yang ditimbulkannya bisa positif bisa negatif. Contoh pengaruh positif adalah siaran iklan TV yang proposional. Contoh pengaruh negatif adalah film kekerasan di TV yang ditonton anak – anak.
  14. Komunikasi salah satu kekuatan dimasyarakat dan relatif lemah. Komunikasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi ekonomi. Namun mengandalkan komunikasi sebagai kegiatan simbolik semata untuk mempengaruhi ekonomi, dapat mengalami kegagalan. Hal ini terjadi, dikarenakan yang lebih menentukan ekonomi adalah para elitnya.

Miller (Bowers dan Bradac, 1982) menunjuk konsep *intentionality* pada komunikasi, berupa kesadaran komunikator untuk mempengaruhi komunikan. Dalam pengertian yang terakhir tersangkut 2 (dua) arti, yaitu *intentionality* dalam arti kehendak untuk memperlihatkan tingkah laku. Arti yang kedua adalah menggerakkan orang lain seperti yang diinginkannya (mempengaruhi perilaku orang lain). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *intentionality* adalah maksud atau tujuan komunikator berkomunikasi.

Di samping ada ahli yang menganggap penting *intentionality* ada juga kelompok yang menganggap tidak penting. Kelompok yang menganggap *intentionality* tidak penting adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Kelompok S – R (Stimulus – Respon). Alasan mereka memandang tak perlu, karena *intentionality* hanyalah suatu konsep yang abstrak yang dianggap konkrit (*reifikasi*) sehingga tak bisa diukur.
2. Kelompok *transactional*. Alasan mereka memandang *intentionality* tak perlu, karena menurut mereka komunikasi itu

adalah suatu proses menciptakan pesan, bukan proses menuju tujuan di luar dirinya, antara lain *intentionality*.

Kelompok yang memandang *intentionality* penting kemudian melahirkan teori – teori retorika yang mementingkan *management of meaning*. Dan yang menolak melahirkan teori – teori komunikasi yang mementingkan *development and distributions of meaning*.

*Epistemology* adalah cabang filsafat yang mempelajari bagaimana orang mengetahui sesuatu. *Ontology* berarti cabang filsafat yang mempelajari hakikat sesuatu (*reality*), sedangkan *Axiology* adalah cabang filsafat yang mempelajari nilai (mempertanyakan kebenaran) ilmu pengetahuan (LittleJohn, 1992).

Di lihat dari aspek *epistemology* para sarjana terpecah menjadi dua pandangan (*worldview*), sebagai berikut, yaitu:

Pertama, *worldview I*, tradisi yang didasarkan pada gagasan kaum empiris dan rasionalis. Pandangan ini menyetujui realitas terpisah dari kehidupan manusia, segala sesuatu digali dari luar diri manusia (hal ini berarti pandangan ini menggunakan pendekatan *discovery*), menganggap realitas pengetahuan dan fisik teruji dengan sendirinya (berarti pandangan ini mementingkan obyektivitas). Kebanyakan yang menggunakan pandangan ini adalah ilmu fisika. Tujuan pandangan ini dalam penelitiannya untuk membuat pertanyaan yang berlaku dimana pun (generalisasi).

Kedua, *worldview II* mengandalkan paham *constructivism*. Pandangan ini manusia memegang peranan aktif dalam menciptakan ilmu pengetahuan. Melalui proses persepsi dan interpretasi yang spesifik bagi setiap orang terhadap peristiwa benda didunia ini (berarti dunia dapat dilihat dengan cara yang berbeda – beda). Pandangan ini tidak berpotensi membuat generalisasi. Tapi, membuat kesimpulan sesuai dengan konteks. Karena sifat – sifat diatas, teori komunikasi mengambil posisi / memandang dunia seperti pandangan *worldviews II*.

Dilihat dari aspek *ontology* dikaitkan dengan konsep kontekstual, pendapat para sarjana komunikasi terpecah menjadi 3 (tiga) kubu, sebagai berikut, yaitu:

1. Kubu yang pertama berpendapat bahwa komunikasi bersifat tidak kontekstual (dapat digeneralisir atau berlaku dimana – mana). Manusia membuat pesan (berkomunikasi) tak terarah (spontan). Yang digerakkan oleh hukum yang bersifat umum.
2. Kubu yang kedua berpendapat bahwa komunikasi bersifat kontekstual (tak dapat digeneralisir). Manusia membuat pesan (berkomunikasi) berdasarkan tujuan tertentu.
3. Kubu tengah – tengah berpendapat bahwa dalam membuat pesan (berkomunikasi) manusia selain mempertimbangkan apa tujuan ia berkomunikasi juga mempertimbangkan hukum – hukum yang berubah – ubah dimana ia berkomunikasi.

Kemudian di lihat dari aspek *axiology* dikaitkan dengan nilai, pendapat ilmuan terpecah menjadi 3 (tiga) kelompok, sebagai berikut, yaitu :

1. Ilmuan klasik berpendapat teori dan penelitian bebas nilai, netral, mengambil fakta sebagaimana yang terwujud dalam dunia nyata. pendekatan yang digunakan adalah *discovery*.
2. Kelompok kritikal berpendapat bahwa ilmu pengetahuan tidak bebas nilai, paling tidak terhadap mata *value* (nilai dasar / tinggi) seperti mengejar kebenaran, idea – idea penting, nilai objektif, nilai ilmu pengetahuan. Mereka berpendirian ilmu pengetahuan tidak bebas nilai karena peneliti – peneliti bekerja dibimbing oleh kepentingan cara – cara yang dipedomani oleh penyelidikan. Kritik kelompok kritikal terhadap kelompok klasik bahwa kelompok klasik tidak bertanggung jawab terhadap penggunaan ilmu pengetahuan baik atau buruk. Padahal ilmu pengetahuan sendiri hakikatnya salah satu alat untuk menguasai masyarakat. Misalnya, pengetahuan komunikasi tradisional, khususnya dari research media, membawa Marx pada pendirian bahwa media adalah alat kekuasaan kelompok elit.

3. Kelompok yang lain berpendapat bahwa teori dan *research* tidak pernah bebas baik dalam substansi (isi) maupun metodenya.

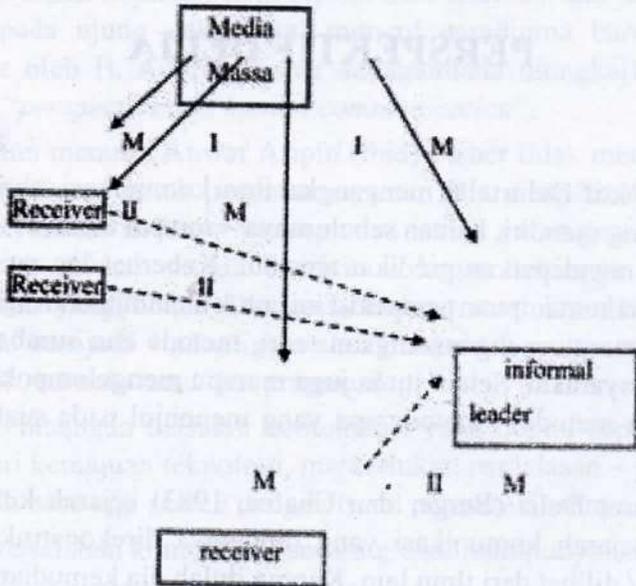
## PERSPEKTIF DELIA

Perspektif Delia telah mengangkat ilmu komunikasi sebagai suatu disiplin yang mandiri, karena sebelumnya – sampai tahun 1940 – ilmu ini belum mendapatkan predikat tersebut. Keberhasilan tersebut tak terlepas dari kemampuan perspektif ini untuk menunjukkan bahwa ilmu ini telah mampu mengembangkan teori, metode dan sumbangannya kepada masyarakat. Selain itu ia juga mampu mengelompokkan teori – teori dan metode – metode apa yang menonjol pada suatu priode tertentu.

Menurut Delia (Berger dan Chafee, 1983) sejarah komunikasi sebelum sejarah komunikasi yang dibuatnya direkonstruksi dalam kaitannya / dilihat dari ilmu lain. Karena itulah dia kemudian menulis sejarah komunikasi dilihat dari lapangan komunikasi sendiri, terutama sebagai sebuah kelembagaan yang terorganisasi.

Tekanan sejarah versi Delia ini, pada masa kristalisasi komunikasi sebagai ilmu tersendiri sekitar tahun 1940 an. Dalam rentang waktu ini, terdapat satu karya yang menurut Delia bersifat monumental adalah karyanya Elihu Katz dan Paul Lazzarfeld. Sifat monumental ini muncul dikarenakan didalam tulisan mereka berdua dikemukakan kaitan study mereka dengan study – study sebelumnya. Studi yang mereka tulis itu adalah *two step flow communication*.

Menurut mereka proses komunikasi dua tahap itu dimulai media massa menyampaikan pesan ke *informal leader (opinion leader)* dan *receiver*, kemudian mendiskusikan pesan – pesan yang diterimanya itu kepada *informal leader*. Diagramnya sebagai berikut :



Gambar : 1

Ket : M : Message.

→ : Arus komunikasi dari media massa ke informal leader / receiver

--> : Arus komunikasi dari receiver ke informal leader.

Berdasarkan studi diagram di atas maka dapat ditarik 4 (empat) buah parameter, sebagai berikut yaitu:

1. Penelitian disamakan, sebagai study media komunikasi massa.
2. Penelitian komunikasi menggunakan metode ilmu sosial.
3. Penelitian komunikasi sebagai tradisi Amerika.
4. Penelitian utama riset komunikasi, adalah proses dimana pesan mempengaruhi khalayak.

Keempat parameter di atas ini, sangat mempengaruhi penyusunan sejarah di Amerika Serikat.

Hal yang paling utama mempengaruhi penelitian komunikasi pada mulanya adalah perhatian kepada komunikasi yang terpecah

– pecah ada yang bertitik tolak dari sosiologi, psikologi dan lain sebagainya. Topik – topik penelitian beraneka ragam tak terbatas pada bidang kemasyarakatan. Konsepnya beraneka ragam. Prakteknya terpisah – pisah ada yang dipraktekkan pada propaganda, radio dan lain sebagainya.

Meskipun demikian ada yang selalu muncul berulang – ulang terhadap riset komunikasi yaitu:

1. Penelitian komunikasi dianggap (disamakan) sebagai studi media komunikasi massa, padahal tidak hanya itu.
2. Munculnya perhatian terhadap peran media dalam kehidupan sosial politik. Karena dipandang sebagai agen perubahan sosial. Juga dipengaruhi demokrasi dan para reformis. Pesan media bagaimana mensejahterakan masyarakat.
3. Berkembangnya praktek professional dalam dan diantara disiplin – disiplin ilmu sosial. Misalnya komentator.

Gabungan tiga hal diatas kemudian dijadikan dasar bagi pendidikan komunikasi di Amerika Serikat; yang efisien, tercontrol, kompetensi teknis (cenderung menekankan pada aspek *cognitif* dan *psikomotoric*).

Berdasarkan alasan – alasan diatas Delia menyusun perspektifnya ke dalam penelitian-penelitian, sebagai berikut yaitu:

1. Penelitian komunikasi Amerika 1900 – 1940. Ada 5 lapangan penelitian yang menonjol terdiri dari, yakni:
  - a. Masalah politik dan penelitian komunikasi.
  - b. Kehidupan sosial dan komunikasi.
  - c. Analisis psikologi sosial dan komunikasi.
  - d. Pendidikan dan komunikasi.
  - e. Penelitian komunikasi terpusat pada bidang komersial.
2. Pemantapan ilmu komunikasi 1940 – 1965. Pada periode ini terbagi pada 4 (empat) babak terdiri dari, yakni:
  - a. Penelitian komunikasi dan perang dunia II.
  - b. Pemantapan ilmu komunikasi.

c. Tradisi Houland dan Lezzarfeld tahun 1950 an.

d. Ilmu komunikasi inti dan perluasan lapangan.

Di awal periode pertama, penelitian komunikasi berhubungan dengan masalah politik. Ada beberapa macam penelitian yang menonjolkan seperti penelitian content analysis yang dilakukan Lasswell untuk mengukur pengaruh propaganda melalui media massa dalam perang dunia I. Sekitar tahun 1920 an berkembang penelitian *public opinion* yang sangat *scientific*.

Tahun 1930 an penelitian – penelitian komunikasi di dominasi metodologi kuantitatif. Tahun 1935 penelitian – penelitian sangat mengikat jumlahnya bersamaan dengan itu muncul sebuah jurnal penelitian yang bernama *public opinion quartly* yang sampai sekarang masih terbit.

Pada periode kedua penelitian komunikasi dapat dibedakan menjadi 4 babak. Pada babak I pengaruh perang dunia II besar. Pada masa ini penelitian komunikasi diarahkan untuk melawan propaganda Jerman dan Jepang. Sehingga tidak mengherankan *applied science* dari ilmu ini menonjol. Tidak sedikit peneliti yang bergabung dalam penelitian diatas.

Di antara peneliti itu adalah Kurt Lewin seorang ahli psikologi Jerman yang pindah ke Amerika Serikat. Di Amerika Serikat ia dan kawan – kawannya menyumbangkan konsep dinamika kelompok / psikologi sosial yang banyak diajarkan pada *speech departement* dan program *mass communication*.

Orang inilah yang besar pengaruhnya pada periode ini adalah Carl Hovland, seorang ahli psikologi experimental. Selama perang tersebut dia banyak terilat dalam berbagai penelitian komunikasi massa. Sumbangannya yang terbesar adalah memasukkan *methode experiment* dalam penelitian komunikasi, pada khususnya dalam *attitude change*. Hal penting pulas selama babap pertama ini adalah terjadinya kontak antar pakar. Yang membantu memperkaya komunikasi sosial serta memperluas pengaruh komunikasi diberbagai perguruan tinggi.

Pada babak II (tahap kristalisasi dan konsolidasi komunikasi pada tahun 1940 ke atas), hal paling menonjol adalah munculnya

komunikasi sebagai kajian tersendiri meskipun sebelumnya sudah ada pengaruh ilmu lain yang tampak sebagai basis. Tahun 1948 muncul buku Wilbur Schramm yang berjudul "*Communication in modern Society*" yang meningkatkan popularitas istilah komunikasi yang diintrodusir pertama oleh Smith dalam bukunya yang berjudul "propaganda, komunikasi, dan publik *opinion*".

Selain Smith dan Schramm tokoh yang berjasa mempopulerkan komunikasi adalah Bernard Bavelson. Pada babak ini muncul pusat – pusat penelitian yang menghasilkan *framework* : *arus one way*, efek komunikasi dan kesadaran yang sama dari para ahli bahwa komunikasi adalah alat utama untuk mendorong kehidupan demokrasi.

Hal yang terakhir menurut Delia sebagai spirit persatuan para ahli itu, karena pada waktu mereka bergabung pertama kali dilandasi faktor politik dan komersil. Hal yang patut dicatat pada priode ini Hovlan mencetuskan pendapat bahwa ilmu *Value Free*, karena itu komunikasi bersifat teoristis riset. Dia menganjurkan untuk praktis riset menggunakan / meminjam prinsip – prinsip ilmu lain. Setelah usai perang dunia II, Hovland, Lasswell dan Schramm sepakat bahwa penelitian teori adalah penelitian yang utama. Hal yang terakhir ini mempertegas bahwa komunikasi tidak menganggap penting konsep *intentionality*.

## PERSPEKTIF BERGER DAN CHAFEE

Kedua ahli Berger dan Chafee (1983) menggunakan buku *hand book of communication science* ditulis didasari sesuatu keinginan untuk mengungkapkan sumbangan ilmu komunikasi terhadap lapangannya sendiri – sebab biasanya yang diungkap sumbangan ilmu lain terhadap komunikasi. Dengan adanya buku ini dapat dihindari kekacauan yang selama ini terjadi, karena ilmuan – ilmuan yang aktif dalam lapangan ini saling menjatuhkan, bahkan mengajarkan kepada mahasiswa – mahasiswanya di departemen yang berbeda di universitas yang sama.

Perspektif yang dipakai untuk mengelompokkan teori – teori pada buku ini didasarkan pada *levels of analysis* (tingkat – tingkat analisisnya) yaitu : *level intra individual, interpersonal, net work* dan *marco sosial*.

Analisis tingkat *intra individual* adalah analisis proses yang terjadi di dalam diri seseorang dalam hubungannya dengan aktivitas komunikasi (misalnya berpikir, merasakan dan sebagainya). Analisis semacam ini agak diragukan berkaitan dengan proses komunikasi, karena disitu tidak jelas siapa yang menyampaikan dan menerima pesan.

Analisis tingkat *interpersonal* adalah analisis terhadap proses komunikasi dihubungkan dengan dua atau orang lain. Yang dimaksud dengan tingkat jaringan atau organisasi adalah analisis terhadap proses komunikasi dihubungkan dengan lebih banyak kumpulan orang. Yang dimaksud analisis tingkat sosial makro adalah analisa terhadap proses komunikasi yang lebih dari sistem sosial.

Perbedaan level diatas cenderung menimbulkan perbedaan dalam penelitian, baik tujuan maupun metodenya. Kaitan antara tingkatan analisis dengan analisis penelitian menimbulkan 2 macam persoalan penelitian, yaitu :

1. Soal uraian penelitian dalam level – level. Pada persoalan pertama timbul *issue – issue* yakni:
  - a. Apakah unit – unit, yang membentuk struktur? Jawabannya, ya. Misalnya, pada tingkat individual unit analysanya selalu tingkah laku, kepercayaan atau pengetahuan. Pada tingkat interpersonal, unit analisis jaringan unit – unit. Pada tingkat sosial makro, unit analysanya lembaga. *Issue* ini melahirkan antara lain teori semantik yang menekankan seluruh jaringan memori.
  - b. Apakah komunikasi bertujuan? Jawabannya, ya. Misalnya Hary dan Scord (1973) mengatakan hasil eksperimentalnya menunjukkan dalam situasi sosial orang mempunyai tujuan khusus dan berusaha untuk mencapai tujuan tersebut.
  - c. Apakah komunikasi mempunyai *effect* yang tidak dimaksudkan? Jawabannya, ya. Misalnya pembuatan *message* menimbulkan efek yang tidak disadari karena tekanan emosi yang timbul selama komunikasi dan kecendrungan penerima pesan.
  - d. Apakah proses komunikasi terbatas? Jawabannya, ya. Misalnya allport dan postman's (1947) dalam studi klasiknya menemukan *message* yang dikirim melalui komunikasi menjadi terlambat.
  - e. Apakah teknologi baru bermanfaat? Jawabannya, ya. Karena teknologi dapat membawa pesan lebih cepat, mudah, ekonomis.
  - f. Apakah sistem menimbulkan hambatan? Jawabannya, ya. Misalnya pada tingkat individual, alat indera dapat mengalami kemunduran fungsi.
  - g. Apakah penilaian hasil dapat dilakukan? Jawabannya, ya. Misalnya dengan mengukur kesesuaian antara tujuan (*goal*) komunikasi dengan hasilnya. Atau mengukur manfaat yang dimilikinya.
  - h. Apakah komunikasi selalu di *design* dalam suatu sistem untuk efisiensi komunikasi? Jawabannya, ya. Misalnya sistem komunikasi selalu didesign kembali untuk menyempurnakannya.

2. Soal kesimpulan (*synesthesia*) penelitian dalam keseluruhan level. Pada persoalan yang kedua timbul *issue – issue* yakni:
  - a. Apakah efek ada pada semua level? Jawabannya, ya. Misalnya Newcomb's (1947) telah meneliti pengaruh kesadaran pembangunan pada tingkat individu dan lembaga.
  - b. Apakah ada prinsip – prinsip Transenden (supernatural) dalam komunikasi? Jawabannya, ya. Misalnya Rokeach menemukan hubungan paralel antara keterbukaan suatu system dan kelompok untuk informasi kedunia luar.

## PERSPEKTIF SISTEM

Teori sistem ini adalah salah satu bentuk untuk dapat menggolongkan komunikasi sebagai ilmu. Arti sistem itu sendiri adalah salah satu set objek atau kesatuan yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya membentuk sebuah ikatan / kesatuan yang kuat dan menyeluruh, dimana setiap unsurnya saling bergantung (inter-dependensi). Sistem itu sendiri ada dua, sebagai berikut, yaitu:

1. *Closed system*, yang tidak saling berhubungan dengan lingkungannya, yang bergerak ke arah kekacauan (*chace*), tidak ada integrasi, dan akhirnya mati.
2. *Open system*, yang berhubungan dengan lingkungannya, system ini menerima materi dan energi dari lingkungan dan meneruskan kembali materi dan energi tersebut ke lingkungan. Sistem – sistem biologi, psikologi dan sosial mengikuti model ini.

Pembahasan sistem dalam komunikasi adalah pembebasan sistem terbuka ini. Unsur – unsur dalam sistem tersebut adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Obyek, yang dapat berupa bagian, elemen, atau variabel, yang dapat berbentuk fisik maupun abstrak.
2. Atribut (*attributes*) berupa kualitas karakteristik obyek – obyeknya.
3. Hubungan internal di antara obyek – obyeknya (inter-dependensi).
4. Lingkungan yang saling mempengaruhi dengan system tersebut. Dalam perkembangannya kemudian, sebuah sistem perlu berintegrasi dengan sistem lain, karena sangat berkepentingan dengan tiga hal untuk dapat berkembang, yakni:
  - a. Materi
  - b. Energi
  - c. Informasi.

Dikatakan bahwa sistem adalah “*the whole is more than the sum of its parts*”, dan adalah “hasil kekuatan atau interaksi di antara bagian – bagiannya”. Oleh karenanya dikatakan bahwa saling ketergantungan (inter-dependensi) di antara bagian – bagian merupakan suatu hal yang sangat penting dalam membentuk suatu kesatuan yang kokoh (*wholeness*), sehingga suatu system tidak dapat dikaji terpisah.

Demikian pula komunikasi merupakan suatu sistem yang unsur – unsurnya tidak dapat dipisah – pisahkan satu dengan yang lainnya dalam mengkaji, menguraikan dan menelitinya. Dalam inter-dependensi ini ada korelasi yang harus dilihat, karena bila satu unsur berubah maka yang lain juga berubah. Korelasi ini dapat bersifat langsung (*causal*), dapat berbentuk hubungan yang tidak sederhana, karena ada unsur lain yang mempengaruhinya.

Selain inter-dependensi, sistem juga menganut tingkatan (*hierarchy*) yang saling melekat. Satu sistem lagi yang lebih tinggi. Sistem yang kecil akan menganggap sistem yang besar (*suprasystem*) sebagai lingkungannya, demikian seterusnya.

Kegiatan sistem dikendalikan / dikontrol oleh tujuannya sendiri, dan sebuah sistem mengatur perilaku untuk mencapai tujuan tersebut. Jadi sistem harus menjadikan tujuan sebagai petunjuk dan harus mengadaptasi terhadap lingkungan yang bertindak sebagai *feedback*. Aspek ini kemudian disebut sibernatika.

Seperti telah disebutkan bahwa sistem itu harus berinteraksi dengan lingkungannya. Keduanya mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungannya, dan oleh karena itu maka keduanya saling mengubah; yang satu mempengaruhi dan dipengaruhi oleh yang lainnya. Agar terus hidup, maka sistem akan membuat keseimbangannya sendiri yang sering disebut *homostatis*.

Setiap sistem harus memberikan toleransi terhadap *deviasi* dan perubahan tertentu. Terutama dalam menghadapi lingkungan yang selalu berubah, selain harus mampu menjaga keseimbangannya maka sistem harus juga mempunyai kemampuan beradaptasi terhadap lingkungan yang menekannya. Situasi lingkungan khusus itu dapat dengan baik di adaptasi secara sempurna bila dilakukan dengan cara yang berbeda untuk setiap situasi dan dengan titik awal yang berbeda pula.

Prinsip ini disebut *equifinality*, jadi dengan mengetahui situasi sebelumnya maka dapat pula diramalkan konsekuensi kemudian. Bertalanffy (1968) mengatakan bahwa “keadaan akhir yang sama dapat dicapai dari kondisi pemula yang berbeda dan menurut cara yang berlainan”. Dengan demikian, dalam sistem terbuka yang berlainan dengan situasi awal yang mana dapat pula mencapai keadaan akhir yang berbeda.

Telah disebutkan bahwa sistem selalu memelihara diri dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungannya. Untuk itu harus ada suatu pengendalian dalam mencapai tujuan suatu sistem. Dan karenanya ada suatu “ilmu yang memusatkan perhatian pada kontrol terhadap tujuan sistem ini” yang disebut sibernetika (*cybernetics*).

Kerjanya sibernatika ini menekankan pada penggunaan *feedback* dalam mengadakan penyesuaian – penyesuaian dengan lingkungan. Seperti diketahui sistem terbuka selalu mengikuti aturan, mencari tujuan dan mempunyai kegunaan. Sibernetika ini berkaitan dengan cara sistem mengukur dampak dan membuat penyesuaian; dan alatnya adalah sensor, komparator dan daktivator, yang saling memberi umpan dan usaha perbaikan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bila ada deviasi maka dapat dikoreksi melalui *feedback* ini. Proses medasar yang berurutan mulai dari *feedback\_ – adjustment* merupakan dasar kegiatan sibernetika.

*Feedback* itu sendiri dapat diklasifikasikan dalam *feedback* positif dan negatif, bergantung pada cara sistem menjawab *feedback* tadi. *Feedback* negatif terjadi bila ada penyimpangan, maka sistem menyesuaikan diri dengan mengurangi dan melawan (*counter – acting*). *Feedback* positif terjadi bila tidak ada penyimpangan atau arah sudah benar, maka sistem mempertahankan dan kalau perlu malah ditingkatkan.

Menurut keadaannya ada tiga jenis *feedback*, yang terdiri dari: (1) keadaan yang mantap / stabil (*steady state*), (2) keadaan yang tumbuh (*growth state*), (3) keadaan yang berubah (*change state*).

*Steady state* menggunakan *feedback* negatif agar sistem tetap di dalam jalurnya bila ada deviasi. *Growth state* menggunakan *feedback* positif untuk menjaga deviasi, sehingga sistemnya bergerak terus dan meninggalkan keadaan semula. Perlu dicatat di sini bahwa yang disebut

*feedback* positif belum tentu baik dan *feedback* negatif belum tentu jelek. Keduanya diperlukan ada di dalam sistem untuk mengadakan pertumbuhan dan keseimbangan.

*Change state* bila sistem bergerak dari satu keadaan ke keadaan lain, dan memerlukan baik positif maupun negatif *feedback*. *Feedback* yang positif digunakan untuk bergerak dalam arah yang baru, sedangkan yang negatif digunakan untuk mempertahankan pada tingkat yang sama atau untuk keseimbangan. Dalam sistem yang kompleks, sejumlah *feedback* diperlukan di dalam dan di antara sub-sistem yang membentuk jaringan.

Sibernetika adalah konsep sentral / pokok di dalam teori sistem. Unsur – unsur sibernetika seperti kontrol, peraturan, dan *feedback* menjelaskan 4 (empat) hal, sebagai berikut, yaitu:

1. Mutu sistem berada pada sifat menyeluruh & menyatu (*wholeness*), dalam arti sistem tidak dapat dimengerti secara terpisah dari jalur *feedback* (*loops*).
2. Inter-dependensi, saling bergantung antara sub-sistemnya.
3. Mengatur sendiri, yaitu bahwa sistem akan menjaga keseimbangan dan berubah yang dimungkinkan adanya *feedback* positif dan negatif.
4. Saling mempengaruhi dengan lingkungannya.

Dalam kaitannya dengan perspektif komunikasi maka pembahasan – pembahasannya terpusat pada pembahasan sistem sosial. Hal ini disebabkan adanya interaksi antara manusia yang menjadi unsur masyarakat sosialnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albig, W. 1956. *Modern Public Opinion*. New York: McGraw-Hill Book Company Inc
- Alomnd, GA and Powell, GB. 1978. *Comparative Politics: System Process and Policy*. Boston: Little Brown.
- Barnlund, DC. 1962. *Toward A Meaning-Centered Philosophy of communication*. Wiley Online Library.
- Berger, CR and Chafee, SH. 1983. *Handbook Communication Science*. Beverly Hills: Sage Publication.
- Bertalanffy, LV. 1968. *General System Theory Foundations, Development*. New York: George Braziller.
- Bowers, J and Bradac, J. 1982. *Issues in Communication Theory: A Metatheoretical Analysis*. In M Burgon (ed.). *Communication Year Book 5*. New York: Transaction.
- Burke, K. 1966. *Language As Symbolic Action: Essays on Life, Literature and Method*. California: University of California Press.
- Kuhn, Thomas. 1962. *The Structure of Scientific Revolutions*. Inggris: University of Chicago Pers.
- Liliweri, A. 2003. *Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Littlejohn, SW. 1992. *Theories of Human Communication*. Belmont: Wadsworth.
- Mueller, JE. 1973. *War, Presidents and Public Opinion*. New York: John Wilet & Sons.
- Nasution, Z. 1990. *An Introduction to Political Communication*. Jakarta: Yudhistira.

- Nimmo, D. 1993. *Political Communications: Communicator, Message and Medium*. Bandung: Rosda Karya.
- Sastropoetro, S. 1991. *Partisipasi, Komunikasi, Persuasi dan Disiplin dalam Pembangunan Nasional*. Bandung: Alumni.
- Shannon, CE and Weaver, W. 1949. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: The University of Illinois Press.
- Susanto, AS. 1976. *Filsafat Komunikasi*. Bandung: Bina Cipta.
- Suwarno, H. 1997. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Diktat Pascasarjana Universitas Indonesia.

# Komunikasi Politik



Penerbit:

**CV. ASWAJA PRESSINDO**

Anggota IKAPI No 071 / DIY / 2011

Jl. Plosokuning V No. 73, Minomartani, Yogyakarta

Telp (0274) 4462377

Email: [aswajapressindo@gmail.com](mailto:aswajapressindo@gmail.com)

Website: [www.aswajapressindo.co.id](http://www.aswajapressindo.co.id)