

Komunikasi Politik dan Peran Media dalam Pemilihan Umum

Meti Nurhayati

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Kota Depok, Jawa Barat, Indonesia

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima 28, 10, 2023
Diperbaiki 29, 10, 2023
Disetujui 30, 10, 2023

Katakunci:

Komunikasi Politik;
Media;
Pemilihan Umum

ABSTRACT

General elections are an important stage where political communication and the media play a crucial role in shaping public opinion and community participation. This research investigates the impact of political communication and the role of the media in elections, with a focus on how political messages are delivered, received and influence voters. Through an in-depth literature review and empirical data analysis, this research finds that the media has a significant influence in shaping voter perceptions, especially through the concepts of framing and agenda setting. Social media, while playing an important role in disseminating political information, also brings new challenges such as filter bubbles that can limit diversity of opinion. Effective political communication has proven crucial in influencing voter participation. Although this study provides valuable insights, limitations of the study need to be acknowledged, and recommendations provided for future research. In conclusion, a deep understanding of the relationship between political communication, media, and voter participation is key to supporting a healthy and democratic election process.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Penulis Korespondensi:

Meti Nurhayati

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Jawa Barat, Indonesia
Email: meti2911@staff.gunadarma.ac.id

How Cite This Article:

Nurhayati, M. (2023). Komunikasi Politik dan Peran Media dalam Pemilihan Umum. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 1(2), 217-222. <https://doi.org/10.35870/ljit.v1i2.2154>

1. PENDAHULUAN

Dalam sistem demokrasi, komunikasi politik dan peran media sangat penting, terutama dalam konteks pemilihan umum. Pemilihan umum adalah dasar utama bagi warga negara untuk berpartisipasi dalam proses demokratis, dan komunikasi politik menjadi sarana penting untuk memahami, meyakinkan, dan memotivasi pemilih. Dalam konteks ini, baik media tradisional maupun sosial memainkan peran sentral dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap kandidat, isu-isu politik, dan arah politik keseluruhan. Media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan politik kepada publik, dan mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh masyarakat dan apa yang mereka pikirkan. Media juga berperan dalam memberikan pendidikan politik kepada masyarakat dan dalam memantau tindakan pemerintah [1]

Partisipasi politik masyarakat dalam pemilihan umum merupakan aspek penting dalam sistem demokrasi. Partisipasi politik mencakup kegiatan seseorang atau sekelompok orang dalam memilih pemimpin

negara dan mempengaruhi kebijakan pemerintah, serta merumuskan kebijakan negara. Partisipasi politik masyarakat juga berpengaruh terhadap legitimasi pemerintahan dan jalannya suatu pemerintahan. Dalam konteks pemilihan umum, partisipasi politik masyarakat menentukan legitimasi masyarakat terhadap calon yang terpilih [2] Partisipasi politik masyarakat dalam pemilihan umum juga memengaruhi arah dan kemajuan suatu bangsa. Kualitas partisipasi politik masyarakat dalam pemilihan umum ditentukan oleh sejumlah faktor, termasuk akses dan kemudahan dalam memilih serta kesadaran akan pentingnya partisipasi politik.

Dalam konteks pemilihan umum, komunikasi politik menjadi inti dari dinamika pemilihan umum. Pesan politik disusun, disampaikan, dan diterima oleh masyarakat dapat memiliki dampak signifikan pada hasil pemilihan dan, lebih penting lagi, pada kesehatan demokrasi secara keseluruhan. Peran media, baik tradisional maupun sosial, turut serta membentuk narasi politik, memengaruhi persepsi masyarakat, dan memainkan peran kunci dalam membawa informasi politik kepada publik. Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi politik dalam pemilihan umum antara lain keberadaan para komunikator politik, partisipasi masyarakat, kualitas anggota legislatif, pidato dan penyampaian pesan politik, sistem politik, dan etika komunikasi politik. Komunikasi politik berperan penting untuk mendorong masyarakat dalam berpartisipasi dan memilih calon yang sesuai dengan kepentingan rakyat [3]

Pemilihan umum dan komunikasi politik tidak hanya berkaitan dengan pemilihan pemimpin, tetapi juga dengan kemampuan masyarakat untuk memahami, mengevaluasi, dan mempertimbangkan opsi politik mereka. Interaksi antara komunikasi politik dan media memainkan peran penting dalam membentuk pandangan dan keputusan memilih. Menurut penelitian, media massa dan sosial memengaruhi persepsi publik terhadap kandidat dan isu-isu politik, serta dapat memengaruhi partisipasi memilih. Oleh karena itu, pemahaman yang cermat tentang dinamika ini penting untuk memastikan bahwa pemilihan umum berjalan secara adil dan transparan.

Dalam tulisan ini, akan mengeksplorasi peran komunikasi politik dan kontribusi media dalam pemilihan umum. Dengan memahami dinamika ini, kita dapat menggali lebih dalam pada aspek-aspek kunci yang membentuk proses demokratis dan partisipasi masyarakat dalam menjalankan hak pilih mereka. Peran komunikasi politik dan kontribusi media dalam pemilihan umum adalah penting karena mereka mempengaruhi bagaimana masyarakat mempercepat dan memahami informasi tentang kandidat, partai politik, dan isu-isu yang penting. Media sosial, seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual, menjadi salah satu sarana informasi yang sangat banyak dimanfaatkan oleh Masyarakat [4]. Tim media yang profesional dalam kampanye politik bekerja sama dengan kandidat dan tim kampanye untuk merancang dan mengelola strategi komunikasi yang tepat. Mereka memahami tujuan kampanye, nilai-nilai, dan audiens target yang ingin dicapai/ Dengan pemahaman ini, tim media yang profesional menggunakan berbagai saluran komunikasi, seperti siaran pers, pidato, iklan televisi, media luar ruang, dan media sosial, untuk menyampaikan pesan kampanye dengan cara yang menarik dan relevan.

2. KAJIAN TEORITIS

Model Komunikasi Politik

Komunikasi politik mempelajari hubungan antara komunikasi dan politik. Terdapat beberapa model komunikasi politik yang telah dikemukakan oleh para ahli. Salah satunya adalah model komunikasi politik interaksional, yang menekankan pada komunikasi antara orang-orang yang berasal dari budaya yang berbeda. Model ini menggambarkan komunikasi sebagai penafsiran makna atas pesan atau perilaku orang lain [5] Selain itu, terdapat juga model komunikasi politik Lasswell, yang menekankan pada upaya persuasi dalam komunikasi politik. Model-model ini memberikan pemahaman yang mendalam mengenai hubungan antara komunikasi dan politik.

Model komunikasi politik linier adalah teori yang menggambarkan komunikasi politik sebagai proses satu arah, di mana pesan dari pengirim (kandidat) disampaikan kepada penerima (pemilih) melalui media. Model ini menekankan pada pengaruh pesan terhadap persepsi dan sikap memilih [6] Model komunikasi politik dua arah mengakui adanya interaksi antara kandidat dan memilih. Komunikasi politik bukan hanya tentang penyampaian pesan, tetapi juga melibatkan respons, pertanyaan, dan umpan balik dari memilih. Model komunikasi politik dua arah menggambarkan komunikasi politik sebagai proses interaktif, dimana pengirim

dan penerima berinteraksi secara aktif dan reflektif. Dalam praktiknya, komunikasi politik seringkali terpengaruh oleh faktor-faktor lain, seperti faktor fisik, teknologi, dan kondisi politik

Agenda Setting

Agenda Setting adalah konsep yang menunjukkan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk memilih topik-topik yang akan mendapatkan perhatian masyarakat, dan hal ini dapat memengaruhi agenda pemilihan umum. Teori ini menyatakan bahwa media massa memainkan peran penting dalam membentuk perhatian masyarakat terhadap isu-isu tertentu dan mengarahkan opini publik pada isu-isu spesifik. Hal ini dapat memengaruhi agenda publik dan agenda kebijakan. Teori ini juga menyoroti peran gatekeeping dalam pemilihan konten media. Dengan demikian, media massa dapat memengaruhi apa yang dipikirkan masyarakat. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw [7]

Agenda Setting Theory juga digunakan dalam politik, kampanye, berita bisnis, dan hubungan masyarakat. Teori ini menekankan bahwa pemilihan dan penayangan berita oleh media massa memainkan peran penting dalam membentuk realitas politik dan memengaruhi perhatian masyarakat terhadap isu-isu tertentu [8]. Dalam pemilihan dan penayangan berita, editor, staf redaksi, dan penyiar memainkan peran penting dalam membentuk realitas politik. Pembaca tidak hanya belajar tentang isu-isu tertentu, tetapi juga belajar tentang isu mana yang dianggap penting oleh media massa. Dengan demikian, media massa dapat memengaruhi apa yang dipikirkan Masyarakat [9]

Framing

Teori framing menekankan bahwa cara suatu isu atau peristiwa disajikan oleh media dapat mempengaruhi cara masyarakat memahaminya. Framing memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi pemilih terhadap kandidat dan isu-isu politik. Media massa digunakan sebagai alat oleh para elit politik untuk memengaruhi pemilih saat pemilihan umum, dan mereka memiliki pengaruh dalam membentuk opini publik dan merumuskan kebijakan negara [10]. Framing juga terjadi dalam praktik pembingkai realitas oleh media massa, yang dapat memengaruhi pembentukan opini publik berdasarkan apa yang dimuat oleh media massa [11]. Dalam konteks politik, analisis framing juga digunakan untuk melihat keberpihakan media terhadap suatu isu politik. Selain itu, media online juga memainkan peran penting dalam kampanye politik, dan analisis framing digunakan untuk memahami bagaimana media online melakukan pembingkai berita dalam isu politik, seperti dalam kegiatan Pilkada Serentak 2018 [12]

Media Dependency Theory

Teori Ketergantungan Media (*Media Dependency Theory*) adalah teori yang mengajukan bahwa masyarakat bergantung pada media untuk informasi politik. Dalam konteks pemilihan umum, ketergantungan masyarakat pada media dapat memberikan pengaruh besar terhadap pandangan politik mereka. Teori ini berlandaskan pada sebuah dasar literatur sosiologi klasik dimana media dan penggunaannya terikat dalam suatu hubungan timbal balik pada sistem social. Pada intinya, semakin seseorang menggantungkan kebutuhannya untuk dipenuhi oleh penggunaan media, semakin penting peran media dalam hidup orang tersebut, sehingga media akan semakin memiliki pengaruh kepada orang tersebut [13]. Dari perspektif sosial makroskopik, jika semakin banyak orang bergantung pada media, maka media akan semakin memiliki pengaruh terhadap Masyarakat. Teori ini membahas tiga jenis dampak potensial yang dihasilkan dari ketergantungan audiens pada media, yaitu afektif, dan perilaku

Teori Efek Agenda

Teori Efek Agenda (*Agenda-Setting Theory*) menyatakan bahwa media massa tidak hanya mempengaruhi topik-topik yang dibicarakan, tetapi juga membentuk cara masyarakat memahami dan menilai isu-isu tersebut. Efek agenda dapat merubah prioritas dan pentingnya isu-isu dalam pandangan pemilih. Menurut teori ini, media massa memengaruhi opini publik dengan memberikan perhatian lebih pada isu-isu tertentu, sehingga isu-isu tersebut menjadi lebih dominan dalam pikiran Masyarakat. Dalam konteks Pemilu 2024, literasi digital juga menjadi hal yang penting. Kementerian Komunikasi dan Informatika berupaya untuk meningkatkan literasi digital masyarakat, termasuk aparatur sipil negara (ASN), agar mampu menjadi garda

terdepan dalam menciptakan ruang digital yang kondusif dan sehat selama pelaksanaan Pemilu. Pemilu 2024 di Indonesia juga menarik perhatian karena melibatkan lebih dari 200 juta pemilih. Selain itu, isu-isu seperti politik dinasti, potensi polarisasi, dan peran pemilih muda juga menjadi sorotan dalam konteks Pemilu tersebut

Teori Efek Pemilih

Penelitian telah menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak signifikan pada perilaku pemilih, terutama dalam konteks Pemilihan Umum 2024. Media sosial dapat mempengaruhi partisipasi pemilih dengan menyebarkan informasi, memengaruhi opini masyarakat, dan memengaruhi preferensi politik. Pemilih muda, seperti Generasi Z dan milenial, cenderung terpengaruh secara signifikan oleh media sosial, karena mereka cenderung aktif di platform-platform tersebut dan menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi terkait pemilu. Oleh karena itu, media sosial dapat memainkan peran penting dalam membentuk opini dan keputusan pemilih, serta dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula [14]

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pustaka adalah metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan. Metode ini dilakukan dengan membaca, menelaah, dan menganalisis berbagai literatur yang ada, berupa buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi), dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll). Metode penelitian dengan pustaka dapat memengaruhi kredibilitas hasil penelitian yang dilakukan [15]

4. HASIL

Analisis menunjukkan bahwa media memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk persepsi pemilih terhadap kandidat. Pemberitaan yang bersifat bias atau framing yang kuat dapat memengaruhi preferensi pemilih. Media yang menyampaikan informasi positif atau negatif tentang kandidat dapat mempengaruhi persepsi pemilih terhadap kandidat. Framing adalah cara media mengatur informasi sehingga pemilih memiliki persepsi yang lebih baik atau lebih buruk tentang kandidat. Media yang memiliki pemberitaan yang bersifat bias dapat mempengaruhi preferensi pemilih. Media yang memiliki pemberitaan yang bersifat sensasional dapat mempengaruhi preferensi pemilih. Media yang memiliki pemberitaan yang bersifat politis dapat mempengaruhi preferensi pemilih.

Penelitian telah menunjukkan adanya keterkaitan antara eksposur pemilih terhadap informasi politik melalui media dan tingkat partisipasi mereka dalam pemilihan umum. Pemilih yang lebih banyak terpapar informasi politik cenderung lebih aktif dalam proses pemilihan. Sebuah studi yang dilakukan oleh The International Journal of Press/Politics menemukan bahwa "eksposur yang lebih tinggi terhadap berita politik terkait dengan partisipasi politik yang lebih tinggi." Hal ini menunjukkan bahwa media memainkan peran penting dalam membentuk tingkat partisipasi politik pemilih. Namun, penting untuk diingat bahwa faktor-faktor lain juga dapat memengaruhi partisipasi pemilih, dan hubungan ini mungkin kompleks.

Media sosial telah memainkan peran yang semakin dominan dalam menyebarkan informasi politik. Di satu sisi, platform-platform media sosial memungkinkan politisi untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat, meningkatkan rasa politik dan kesadaran sosial di kalangan warga [16] Namun, di sisi lain, keberagaman opini di platform-platform tersebut dapat menyebabkan polarisasi dan pembentukan "*filter bubble*". Filter bubble terjadi ketika algoritma media sosial menciptakan umpan yang dipersonalisasi untuk pengguna, mengekspos mereka pada konten yang sejalan dengan keyakinan dan opini mereka, yang dapat mengakibatkan kurangnya paparan terhadap sudut pandang yang beragam, yang berpotensi memperburuk polarisasi politik [17]

Selain itu, media sosial juga dapat berkontribusi pada adanya perpecahan yang lebih besar di antara orang-orang dengan pendapat politik yang berbeda. Dengan demikian, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk wacana politik dan kesadaran, namun dampaknya dapat bersifat positif maupun negatif, dengan potensi untuk polarisasi dan pembentukan filter bubble.

DISKUSI

Temuan pertama mendukung teori framing, yang menekankan bahwa cara media menyajikan informasi dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Temuan kedua konsisten dengan teori efek pemilihan umum, yang mengatakan bahwa media dapat memengaruhi tingkat partisipasi politik. Analisis framing media dapat membantu memahami bagaimana media massa membangun realitas politik dan memengaruhi opini publik. Praktik pembingkai realitas oleh media melalui framing dapat memengaruhi cara masyarakat memahami isu politik dan tingkat partisipasi politik mereka [18] *Framing* merupakan sistem analisis yang digunakan untuk meneliti pembangunan realita di media massa. Sistem ini juga dijadikan pembangunan opini publik yang berdasarkan kebijakan operasional media. Melalui framing, media massa dapat memilih isu yang akan ditampilkan dan bagaimana isu tersebut akan disajikan, sehingga memengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu politik. Dalam konteks politik, framing media dapat memengaruhi citra partai politik. Citra partai politik ditentukan oleh bagaimana framing media terhadap mereka, yang dipengaruhi oleh hubungan antara partai politik dan media massa. Oleh karena itu, manajemen public relations partai politik juga harus memperhatikan framing media dalam membangun citra partai [19].

Hasil penelitian dalam konteks pengelolaan kampanye pemilihan umum memiliki implikasi praktis yang signifikan. Kandidat dan tim kampanye perlu memperhatikan cara pesan mereka disampaikan melalui media guna menghindari framing yang merugikan. Hal ini dapat melibatkan pemilihan kata-kata, penekanan tertentu, dan presentasi informasi yang dapat memengaruhi persepsi publik. Dengan memahami implikasi praktis dari penelitian ini, para kandidat dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan mereka kepada pemilih. Dalam konteks ini, penting untuk memperhatikan bagaimana pesan-pesan kampanye disusun dan disampaikan melalui berbagai media, termasuk media sosial, siaran televisi, dan cetak. Melalui pemahaman yang mendalam tentang bagaimana framing dapat memengaruhi persepsi publik, kandidat dan tim kampanye dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dan mengurangi risiko framing yang merugikan. Implikasi praktis dari penelitian ini juga dapat meliputi pelatihan komunikasi bagi kandidat dan tim kampanye, pengembangan panduan komunikasi, dan pemantauan aktif terhadap cara pesan-pesan kampanye diterima dan ditafsirkan oleh publik. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi berharga dalam meningkatkan kualitas komunikasi politik dan pengelolaan kampanye pemilihan umum.

KESIMPULAN

Media baik tradisional maupun sosial, memiliki peran penting dalam membimbing opini pemilih. Framing, agenda setting, dan gaya penyajian informasi dapat memengaruhi cara pemilih memahami isu-isu politik dan kandidat. Sosial media memainkan peran yang semakin besar dalam menyebarkan informasi politik. Namun, keberagaman opini di platform ini dapat terbatas oleh filter bubble, yang dapat menyebabkan polarisasi dan terbatasnya paparan terhadap sudut pandang berbeda. Komunikasi politik yang efektif oleh kandidat dan tim kampanye sangat penting. Cara pesan disusun dan disampaikan melalui media dapat memengaruhi persepsi pemilih dan, oleh karena itu, hasil pemilihan umum. Ada keterkaitan yang signifikan antara eksposur pemilih terhadap informasi politik melalui media dan tingkat partisipasi mereka dalam pemilihan umum. Pemilih yang lebih terinformasikan cenderung lebih aktif secara politik. Kesimpulan ini menekankan pentingnya memahami dan mengelola komunikasi politik dan peran media dalam pemilihan umum. Dengan terus mengembangkan pemahaman ini, pemangku kepentingan dapat merancang strategi komunikasi yang lebih efektif, menciptakan pemilihan umum yang lebih informasional, dan mendukung kesehatan demokrasi secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Amanu and L. Karmila, "PERAN MEDIA MASSA DALAM KOMUNIKASI POLITIK DI INDONESIA," *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, vol. 1, no. 1, pp. 1–8, 2021.
- [2] D. M. Liando, "PEMILU DAN PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT (Studi Pada Pemilihan Anggota Legislatif Dan Pemilihan Presiden Dan Calon Wakil Presiden Di Kabupaten Minahasa Tahun 2014)," *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, vol. 3, no. 2, pp. 14–28, 2017.

- [3] E. H. Susanto, "Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum," *Jurnal Kajian Komunikasi*, vol. 1, no. 2, pp. 163–172, 2013, doi: 10.24198/jkk.v1i2.6041.
- [4] A. S. Cahyono, "Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia," *Publiciana*, vol. 9, no. 1, pp. 140–157, 2016.
- [5] O. Solihin, "Pertemuan 9. Proses Kopol Media Massa," 2020.
- [6] M. Shahreza, "Pengertian Komunikasi Politik," 2018.
- [7] N. R. M. Zain, "Agenda setting theory," *International Islamic University Malaysia*, pp. 1–11, 2014.
- [8] N. Zahariadis, "Setting the agenda on agenda setting: definitions, concepts, and controversies," *Handbook of public policy agenda setting*, pp. 1–24, 2016.
- [9] M. E. McCombs and D. L. Shaw, "THE AGENDA-SETTING FUNCTION OF MASS MEDIA," *The Political Communication Reader*, 2023.
- [10] Heru Wahyudi, "Framing Media sebagai Alat Kekuasaan di Indonesia," <https://geotimes.id/opini/framing-media-sebagai-alat-kekuasaan-di-indonesia/>.
- [11] F. I. Butsi, "Mengenal Analisis Framing: Sejarah dan Metodologi," *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, vol. 1, no. 2, pp. 52–58, 2019.
- [12] R. Rahadi, "Kampanye Politik di Media Online: Analisis Framing Pada Situs JPNN. com dan TribunJatim. com," *Jurnal Sospol*, vol. 5, no. 1, pp. 82–102, 2019.
- [13] J. Jung, "Media dependency theory," *The international encyclopedia of media effects*, pp. 1–10, 2017.
- [14] I. I. Yusran and S. Sapar, "Pengaruh Media Sosial Dan Perilaku Pemilih Dalam Memprediksi Partisipasi Pemilih Pada Pemilu 2024 (Studi Di Kecamatan Mappedeceng Kab. Luwu Utara)," *Jurnal Dharma Agung*, vol. 30, no. 2, pp. 187–203, 2022.
- [15] A. Suharsimi, "metodelogi Penelitian," *Yogyakarta: Bina Aksara*, 2006.
- [16] G. Schleffer and B. Miller, "The Political Effects of Social Media Platforms on Different Regime Types (Summer 2021)," *Texas National Security Review*, 2021.
- [17] J. Amedie, "The Impact of Social Media on Society," 2015.
- [18] D. R. D. Mulyana, *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Lkis Pelangi Aksara, 2002.
- [19] S. Triwahyuni, "News Framing of the Extraordinary Congress Partai Demokrat at Kompas. com," *PROPAGANDA*, vol. 2, no. 1, pp. 89–98, 2022.