

**UJIAN SEMESTER MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**SEMESTER GENAP: 1/ 2019/2020 (ANGKATAN 3)**

**MATA KULIAH : KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK**

**DOSEN PENGAMPU : Dr .Ir RATU MUTIALELA.CAROPEBOKA ., M.S**

**TANGGAL : SABTU ,13 Juni 2020**

**WAKTU :Dikumpulkan 15juni 2020 (melalui WA 081368302192)**

---

• **SOAL**

1. Jika seorang yang berkecimpung di bidang Politik untuk mencapai tujuannya .Strategi komunikasi apa yang harus dilakukan diperhatikan . bagaimana operasionalnya.? analisisan ..
2. Terangkan tentang formulasi Harold Laswell dan analisisan satu persatunya. Sejauhmana si komunikator mempunyai percaya diri (*self confident*). Dikarenakan dalam Komunikasi Interpersonal ciri/karakteristiknya yang pertama dimulai dari diri sendiri maka komunikator harus percaya pada kemampuannya sendiri untuk melakukan relasi Komunikasi Interpersonal.
3. Apa yang dimaksud dengan STRATEGI KESEIMBANGAN dalam komunikasi politik. Silahkan analisisan , apa yang diperlukan bagi seorang komunikatot amupun komunika
4. Gagasan Tata Komunikasi dan Informasi Dunia Baru berasal dari berbagai keprihatinan tentang struktur komunikasi internasional lama yang dianggap terlalu didominasi oleh negara-negara maju. Gagasan ini menjadi semakin menguat terutama pada dekade saat itu pada masa Epidemii , dimana terlihat adanya potensi perkembangan dalam dunia teknologi komunikasi dan informasi sangat memegang peranan penting.

Bagaimana pendapat Sdr dengan keadaan ini jika dikaitkan dengan program PILKADA serentak yang akan diadakan dalam waktu dekat ini. Apakah dapat menguntungkan konstituen atau merugikan peserta Pilkada tersebut. Analisisan .

Soal tamat

UJIAN SEMESTER MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
SEMESTER GENAP : 1/2019/2020 (ANGKATAN 3)

NAMA : ANDRIANSYAH  
NIM : 182910030  
MATA KULIAH : KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK  
DOSEN PENGAMPU : Dr .Ir RATU MUTILAELE CAROPEBOKA ., M.S

- 1. Jika seorang yang berkecimpung di bidang Politik untuk mencapai tujuannya .Strategi komunikasi apa yang harus dilakukan diperhatikan . bagaimana operasionalnya.? analisisan ..**

Seseorang yang berkecimpung di bidang politik untuk mencapai tujuannya tentu harus mempunyai strategi komunikasi politik yang baik. Salah satu contoh pencitraan politik melalui media, untuk membangun opini masyarakat. Dengan media pelaku politik dapat mempromosikan dirinya maupun partainya untuk sosialisasi politik berkelanjutan, komunikasi politik yang secara langsung maupun tidak langsung. Dengan menggalaang media untuk menciptakan opini atau penilaian masyarakat tentang dirinya maupun partai politik tentunya sangat efisien menggunakan media.

- 2. Terangkan tentang formulasi Harold Laswell dan analisisan satu persatunya. Sejauhmana si komunikator mempunyai percaya diri (*self confident*). Dikarenakan dalam Komunikasi Interpersonal ciri/karakteristiknya yang pertama dimulai dari diri sendiri maka komunikator harus percaya pada kemampuannya sendiri untuk melakukan relasi Komunikasi Interpersonal.**

Formulasi Harold Lasswell :

- Who : merujuk pada komunikator atau sumber yang mengirimkan pesan.
- (says)what : merujuk pada isi pesan
- (in which)channel : merujuk pada media yang digunakan untuk mengirim pesan
- (to)whom : merujuk pada penerima pesan
- (with what)effects : merujuk pada efek media yang di timbulkan

Komunikator mempunyai percaya diri karena keterlibatan internal secara aktif dari individu dalam proses simbolik dari pesan-pesan. Karena seorang individu menjadi pengirim sekaligus penerima pesan, harus memberikan umpan balik bagi dirinya sendiri dalam proses internal yang berkelanjutan.

- 3. Apa yang dimaksud dengan STRATEGI KESEIMBANGAN dalam komunikasi politik. Silahkan analisis , apa yang diperlukan bagi seorang komunikator maupun komunikan.**

Strategi keseimbangan dalam komunikasi politik sangat diperlukan mengingat yang berperan sebagai komunikator disini adalah para pelaku politik seperti Presiden, menteri, dan DPRD. Dan yang berperan sebagai komunikan adalah masyarakat, yang penyampaian pesannya melalui media seperti media cetak, elektronik dan sebagainya. Strategi keseimbangan disini misalnya penyampaian pidato yang disampaikan komunikator haruslah bisa dipahami oleh masyarakat yang tidak semuanya mengerti dengan bahasa yang disampaikan.

Yang diperlukan bagi komunikator adalah penyusunan ide sebelum menjadi pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat sebelum disebarluaskan, dan media yang netral tidak memihak. Karena berkaitan dengan komunikan yang menerima pesan yang juga membutuhkan pemahaman bahasa yang mudah dipahami tentunya.

- 4. Gagasan Tata Komunikasi dan Informasi Dunia Baru berasal dari berbagai keprihatinan tentang struktur komunikasi internasional lama yang dianggap terlalu didominasi oleh negara-negara maju. Gagasan ini menjadi semakin menguat terutama pada dekade saat itu pada masa Pandemi , dimana terlihat adanya potensi perkembangan dalam dunia teknologi komunikasi dan informasi sangat memegang peranan penting.**

**Bagaimana pendapat Sdr dengan keadaan ini jika dikaitkan dengan program PILKADA serentak yang akan diadakan dalam waktu dekat ini. Apakah dapat menguntungkan konstituen atau merugikan peserta Pilkada tersebut. Analisis .**

Pandemi merubah segalanya. Dan salah satu dampak dari pandemi ini pesatnya perkembangan teknologi komunikasi yang semua digunakan setiap lapisan masyarakat, antara lain semua serba online, baik rapat, kuliah, belanja dan lain sebagainya.

Jika dikaitkan dengan rencana Pilkada yang akan dilaksanakan dalam waktu dekat ini tentunya sedikit banyak memiliki dampak baik bagi peserta pemilu maupun konstituen.

Menurut saya, bagi konstituen dalam hal ini kita contohkan KPU. Yang mungkin akan sedikit repot untuk sosialisasi ke masyarakat tentang Pemilu, yang biasanya mereka turun langsung kelapangan tapi dengan adanya pandemi akan kurang maksimal.

Begitu juga bagi peserta Pemilu yang bisa dikatakan merugikan mereka karena dengan kurang maksimalnya sosialisasi dari KPU untuk masyarakat berpartisipasi maka berdampak pula pada jumlah pemilih di Pilkada nanti.



## UJIAN SEMESTER MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

**MATA KULIAH : KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK**

**DOSEN PENGAMPU : Dr .Ir RATU MUTIALELA.CARPEBOKA ., M.S**

---

1. Jika seorang yang berkecimpung di bidang Politik untuk mencapai tujuannya. Strategi komunikasi apa yang harus dilakukan diperhatikan. bagaimana operasionalnya.? analisisakan ..

**Jawab :**

Didalam berpolitik seseorang tersebut harus memiliki strategi yang tepat untuk menarik perhatian masyarakat. Strategi yang digunakan menurut saya menggunakan strategi komunikasi persuasi dimana sang pelaku politik merayu masyarakat untuk memilihnya. Operasionalnya menggunakan media masa, dimana kampanye yang dilakukan si pelaku politik disebarluaskan melalui media cetak, elektronik ataupun online. Persuasi yang digunakan bisa berupa janji-janji atau proker (program kerja) yang akan diwujudkan ketika memenangkan pemilihan tersebut.

2. Terangkan tentang formulasi Harold Laswell dan analisisakan satu persatunya. Sejauh mana si komunikator mempunyai percaya diri (self confident). Dikarenakan dalam Komunikasi Interpersonal ciri/karakteristiknya yang pertama dimulai dari diri sendiri maka komunikator harus percaya pada kemampuannya sendiri untuk melakukan relasi Komunikasi Interpersonal.

**Jawab :**

Seorang ahli ilmu politik Amerika Serikat pada tahun 1948 mengemukakan ungkapan yang sangat terkenal dalam teori dan penelitian komunikasi massa. Ungkapan yang merupakan cara sederhana untuk memahami proses

komunikasi massa adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut :

- a. Siapa (Who), bisa di gunakan untuk menanyakan siapa namanya pada saat awal berkomunikasi atau kenalan satu sama lainnya.
- b. Berkata Apa (Says What), biasanya sering di gunakan untuk menanyakan pesan apa yang telah di sampaikan, dan menanya kan kejadian kejadian.

## UJIAN SEMESTER MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

**MATA KULIAH : KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK**

**DOSEN PENGAMPU : Dr .Ir RATU MUTIALELA.CAROPEBOKA ., M.S**

---

- c. Melalui Saluran Apa (In Which Channel), melalui saluran apa informasi atau komunikasi bisa di lakukan atau di jalankan.
- d. Kepada Siapa (To Whom), kepada siapa pesan tersebut di tujukan.
- e. Dengan Efek Apa? (With What Effect?) apa efek atau dampak dari pesan tersebut, apakah ddaapat di respon baik atau tidak oleh penerima pesan.

Ungkapan dalam bentuk pertanyaan yang dikenal sebagai Formula Lasswell ini, meskipun sangat sederhana atau terlalu menyederhanakan suatu fenomena komunikasi massa, telah membantu mengorganisasikan dan memberikan struktur pada kajian terhadap komunikasi massa. Selain dapat menggambarkan komponen-komponen dalam proses komunikasi massa, Lasswell sendiri menggunakan formula ini untuk membedakan berbagai jenis penelitian komunikasi, dalam komunikasi, agar komunikasi ini berjalan dengan lancar harus ada:

- a. Komunikator, adalah orang yang memberi pesan
  - b. Pesan, adalah pesan atau informasi yang akan di berikan
  - c. Media, adalah melalui apa pesan dapat di sampaikan
  - d. Komunikan, adalah orang yang menerima pesan tersebut
  - e. Efek, adalah bagaimana seorang penerima pesan setelah menerima pesan tersebut, apakah merespon langsung atau tidak.
3. Apa yang dimaksud dengan STRATEGI KESEIMBANGAN dalam komunikasi politik. Silahkan analisisan , apa yang diperlukan bagi seorang komunikator maupun komunikan.

**Jawab :**

Strategi Keseimbangan sangat penting dalam kehidupan berpolitik. Komunikator yang dimaksud disini, seperti Presiden, DPRD, DPR, MPR, ataupun Walikota yang memiliki kedudukan politik di suatu daerah atau negara. Sedangkan komunikan adalah warga atau masyarakat wilayah tersebut. Sedangkan media penyampai pesannya berupa media massa

## UJIAN SEMESTER MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

MATA KULIAH : KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK

DOSEN PENGAMPU : Dr .Ir RATU MUTIALELA.CARPEBOKA ., M.S

---

baik cetak elektronik ataupun *online*. Strategi keseimbangan disini misalnya penyampaian pidato yang disampaikan komunikator haruslah bisa dipahami oleh masyarakat yang tidak semuanya mengerti dengan bahasa yang disampaikan dengan kata lain menggunakan bahasa yang *universal* dalam hal ini Bahasa Indonesia untuk negara kita. Bagi komunikator penyusunan ide sebelum menjadi pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat sebelum disebarluaskan sangatlah penting, dan media yang netral tidak memihak. Karena berkaitan dengan komunikan yang menerima pesan yang juga membutuhkan pemahaman bahasa yang mudah dipahami tentunya

4. Gagasan Tata Komunikasi dan Informasi Dunia Baru berasal dari berbagai keprihatinan tentang struktur komunikasi internasional lama yang dianggap terlalu didominasi oleh negara-negara maju. Gagasan ini menjadi semakin menguat terutama pada dekade saat itu pada masa Pandemi , dimana terlihat adanya potensi perkembangan dalam dunia teknologi komunikasi dan informasi sangat memegang peranan penting.

Bagaimana pendapat Sdr dengan keadaan ini jika dikaitkan dengan program PILKADA serentak yang akan diadakan dalam waktu dekat ini. Apakah dapat menguntungkan konstituen atau merugikan peserta Pilkada tersebut. Analisis .

**Jawab :**

Dimasa pandemi corona seperti ini tentunya sangat mempengaruhi gaya hidup semua lapisan masyarakat. Semua yang dikerjakan sekarang melalui *online* baik kuliah, rapat, dan lain sebagainya. Hal ini sangat berdampak pula pada program pilkada. Bagi pihak konstituen hal ini tentu merupakan momok baru dimana sebelum masa pandemi ini sosialisasi pemilu dilakukan secara langsung sedangkan pada saat ini kemungkinan sosialisasi akan dilaksanakan secara *online*, menurut saya hal ini sangat kurang menguntungkan karena bisa terjadi banyak *trouble* atau masalah pada saat proses sosialisasi masalah disini seperti jaringan internet. Karena tidak semua masyarakat memiliki *gadget* yang mempunyai untuk menunjang hal tersebut, bisa jadi dengan

## UJIAN SEMESTER MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

**MATA KULIAH : KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK**

**DOSEN PENGAMPU : Dr .Ir RATU MUTIALELA.CAROPEBOKA ., M.S**

---

minimnya sosialisasi yang didapatkan peserta pemilu, akan berdampak pada menurunnya antusiasme pemilu untuk melaksanakan pilkada.

## UJIAN SEMESTER MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

**MATA KULIAH : KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK**

**DOSEN PENGAMPU : Dr .Ir RATU MUTIALELA.CARPEBOKA ., M.S**

Nama : Anton Wijaya Sejati

NPM : 182910033

1. Jika seorang yang berkecimpung di bidang Politik untuk mencapai tujuannya.Strategi komunikasi apa yang harus dilakukan diperhatikan. bagaimana operasionalnya.? analisisan ..

**Jawab :**

Kata strategi pada mulanya sangat akrab di kalangan militer, secara etimologis berasal dari kata majemuk bahasa Yunani, yaitu Strategos yang berarti pasukan dan agein yang berarti memimpin atau Strategia yang berarti kepemimpinan atas pasukan, seni memimpin pasukan. (Schroder. 2009:1).Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu

Didalam berpolitik seseorang tersebut harus memiliki strategi yang tepat untuk menarik perhatian masyarakat. Strategi yang digunakan menurut saya menggunakan strategi komunikasi persuasi dimana sang pelaku politik merayu masyarakat untuk memilihnya. Operasionalnya menggunakan media masa, dimana kampanye yang dilakukan si pelaku politik disebarluaskan melalui media cetak, elektronik ataupun online. Persuasi yang digunakan bisa berupa janji-janji atau proker (program kerja) yang akan diwujudkan ketika memenangkan pemilihan tersebut.

2. Terangkan tentang formulasi Harold Laswell dan analisisan satu persatunya. Sejauhmana si komunikator mempunyai percaya diri (self confident). Dikarenakan dalam Komunikasi Interpersonal ciri/karakteristiknya yang pertama dimulai dari diri sendiri maka komunikator harus percaya pada kemampuannya sendiri untuk melakukan relasi Komunikasi Interpersonal.

**Jawab :**

Model komunikasi Lasswell (juga dikenal sebagai model komunikasi Lasswell ) menggambarkan tindakan komunikasi dengan mendefinisikan siapa yang mengatakannya, apa yang dikatakan, dalam saluran apa dikatakan, kepada siapa dikatakan, dan dengan efek apa dikatakan. Ini dianggap oleh banyak sarjana komunikasi dan hubungan masyarakat sebagai "salah satu model komunikasi paling awal dan paling berpengaruh." [1] : 109 Model ini dikembangkan oleh ilmuwan

politik dan teoritikus komunikasi Amerika Harold Lasswell pada 1948 ketika ia menjadi profesor di Yale Law School . [2] Dalam artikelnya tahun 1948 "Struktur dan Fungsi Komunikasi dalam Masyarakat", Seorang ahli ilmu politik Amerika Serikat pada tahun 1948 mengemukakan ungkapan yang sangat terkenal dalam teori dan penelitian komunikasi massa. Ungkapan yang merupakan cara sederhana untuk memahami proses komunikasi massa adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut :

- a. Siapa (Who), bisa di gunakan untuk menanyakan siapa namanya pada saat awal berkomunikasi atau kenalan satu sama lainnya.
- b. Berkata Apa (Says What), biasanya sering di gunakan untuk menanyakan pesan apa yang telah di sampaikan, dan menanyakan kejadian kejadian.
- c. Melalui Saluran Apa (In Which Channel), melalui saluran apa informasi atau komunikasi bisa di lakukan atau di jalankan.
- d. Kepada Siapa (To Whom), kepada siapa pesan tersebut di tujukan.
- e. Dengan Efek Apa? (With What Effect?) apa efek atau dampak dari pesan tersebut, apakah d dapat di respon baik atau tidak oleh penerima pesan.

Ungkapan dalam bentuk pertanyaan yang dikenal sebagai Formula Lasswell ini, meskipun sangat sederhana atau terlalu menyederhanakan suatu fenomena komunikasi massa, telah membantu mengorganisasikan dan memberikan struktur pada kajian terhadap komunikasi massa. Selain dapat menggambarkan komponen-komponen dalam proses komunikasi massa, Lasswell sendiri menggunakan formula ini untuk membedakan berbagai jenis penelitian komunikasi, dalam komunikasi, agar komunikasi ini berjalan dengan lancar harus ada:

- a. Komunikator, adalah orang yang memberi pesan
  - b. Pesan, adalah pesan atau informasi yang akan di berikan
  - c. Media, adalah melalui apa pesan dapat di sampaikan
  - d. Komunikan, adalah orang yang menerima pesan tersebut
  - e. Efek, adalah bagaimana seorang penerima pesan setelah menerima pesan tersebut, apakah merespon langsung atau tidak.
3. Apa yang dimaksud dengan STRATEGI KESEIMBANGAN dalam komunikasi politik. Silahkan analisis , apa yang diperlukan bagi seorang komunikator maupun komunikan.

**Jawab :**

Dalam teori permainan, keseimbangan berkorelasi adalah konsep solusi yang lebih umum daripada keseimbangan Nash yang terkenal. Ini pertama kali dibahas oleh ahli matematika Robert Aumann pada tahun 1974. [1] [2] Idennya adalah bahwa setiap pemain memilih tindakan mereka sesuai dengan pengamatan mereka tentang nilai sinyal publik yang sama. Strategi menetapkan tindakan untuk setiap pengamatan yang mungkin dilakukan pemain. Jika tidak ada pemain yang ingin menyimpang dari strategi yang direkomendasikan (dengan asumsi yang lain tidak menyimpang), distribusi disebut keseimbangan berkorelasi. Strategi Keseimbangan sangat penting dalam kehidupan berpolitik. Komunikator yang dimaksud disini, seperti Presiden, DPRD, DPR, MPR, ataupun Walikota yang memiliki kedudukan politik di suatu daerah atau negara. Sedangkan komunikan adalah warga atau masyarakat wilayah tersebut. Sedangkan media penyampai pesannya berupa media massa baik cetak elektronik ataupun *online*. Strategi keseimbangan disini misalnya penyampaian pidato yang disampaikan komunikator haruslah bisa dipahami oleh masyarakat yang tidak semuanya mengerti dengan bahasa yang disampaikan dengan kata lain menggunakan bahasa yang *universal* dalam hal ini Bahasa Indonesia untuk negara kita. Bagi komunikator penyusunan ide sebelum menjadi pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat sebelum disebarluaskan sangatlah penting, dan media yang netral tidak memihak. Karena berkaitan dengan komunikan yang menerima pesan yang juga membutuhkan pemahaman bahasa yang mudah dipahami tentunya

4. Gagasan Tata Komunikasi dan Informasi Dunia Baru berasal dari berbagai keprihatinan tentang struktur komunikasi internasional lama yang dianggap terlalu didominasi oleh negara-negara maju. Gagasan ini menjadi semakin menguat terutama pada dekade saat itu pada masa Pandemi, dimana terlihat adanya potensi perkembangan dalam dunia teknologi komunikasi dan informasi sangat memegang peranan penting.

Bagaimana pendapat Sdr dengan keadaan ini jika dikaitkan dengan program Pilkada serentak yang akan diadakan dalam waktu dekat ini. Apakah dapat menguntungkan konstituen atau merugikan peserta Pilkada tersebut. Analisiskan.

**Jawab :**

Pemerintah melalui Perppu Nomor 2 Tahun 2020 tetap bergeming bahwa pemilihan kepala daerah akan diselenggarakan pada 9 Desember 2020. Seperti kita ketahui bersama, awalnya Pilkada

2020 akan diselenggarakan pada 23 September untuk memilih 9 gubernur, 224 bupati, dan 37 walikota secara serentak. Sebelum Indonesia terkena pandemi COVID-19, Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah melakukan serangkaian tahapan pelaksanaan Pilkada Serentak 2020.

Namun akibat pandemi COVID-19 ini, KPU akhirnya mengeluarkan surat keputusan KPU Nomor: 179/PL.02-kpt/01/KPU/III/2020 yang antara lain mengatur penundaan beberapa tahapan Pilkada 2020, di antaranya pelantikan dan masa kerja Panitia Pemungutan Suara (PPS), verifikasi syarat dukungan calon perseorangan, pembentukan Petugas Pemutakhiran Data Pemilih (PPDP) dan pelaksanaan pencocokan dan penelitian (coklit), serta pemutakhiran dan penyusunan daftar pemilih. Penundaan beberapa tahapan pilkada di atas dapat menimbulkan berbagai dampak dalam penyelenggaraannya, baik yang sifatnya positif maupun negatif. Dampak positif misalnya, penundaan ini memberikan ruang bagi calon independen untuk menyiapkan persyaratan dukungan sebagai calon perseorangan. Partai politik juga bisa relatif mengalami relaksasi dalam melakukan proses rekrutmen calon kepala daerah.

Masalahnya, dampak positif itu tidak terlalu signifikan mengingat tenggat waktu perubahan jadwal penyelenggaraan hanya bergeser tiga bulan, dari 23 September menjadi 9 Desember 2020. Perubahan jadwal ini dianggap dipaksakan mengingat kenaikan jumlah kasus positif COVID-19 belum melandai dan usai. Apalagi hingga hari ini belum ada kepastian kapan pandemi ini akan berakhir. Kesan adanya paksaan atas keluarnya Perppu Nomor 2 Tahun 2020 memang kelihatan.

Meskipun pada Perppu tersebut terdapat pasal yang mengatur bahwa Pilkada 2020 dapat ditunda apabila situasi tidak memungkinkan, pasal ini justru dianggap sebagai sesuatu yang tidak pasti. Apalagi Perppu tersebut juga tidak mengatur persoalan anggaran dan apakah Perppu ini juga dapat menjadi dasar hukum bagi KPU untuk melakukan diskresi dalam menilai situasi pandemi COVID-19 di suatu wilayah dapat dianggap mengganggu penyelenggaraan pilkada. Pertanyaannya, apakah KPU memiliki kewenangan tersebut ataukah kewenangan itu ada pada instansi lain, misalnya Kementerian Kesehatan, sebagaimana yang berlaku pada UU tentang Kesehatan.

Kelonggaran pengaturan pada Perppu di atas bisa dianggap hal yang biasa, tetapi justru bisa menimbulkan persoalan baru. Persoalan itu bukan hanya soal ketidakpastian bagi penyelenggara karena tingkat kemungkinan penyelenggaraan Pilkada 2020 dibayang-bayangi oleh situasi pandemi COVID-19 yang waktunya tidak menentu, melainkan juga besarnya kemungkinan KPU

akan kesulitan membuat aturan yang bisa menetapkan situasi sebuah wilayah atau status kesehatan suatu daerah.

### **Kemungkinan Malpraktik**

Malpraktik pada pemilu adalah sebuah tindakan pelanggaran baik yang disengaja maupun tidak, legal atau ilegal (Ramlan,dkk, 2014:31). Pelanggaran itu sebenarnya tergantung dari ketat tidaknya aturan main dalam proses elektoral dan antisipasi pencegahan agar malpraktik di atas bisa dihindari.

Salah satu yang sering terjadi dan menjadi objek gugatan di Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) adalah kelalaian atau kecerobohan akibat ketidakhati-hatian dalam menerapkan tahapan pemilu. Dalam situasi normal saja, problem ini sering terjadi, apalagi dalam situasi tidak normal dan darurat seperti pilkada di tengah pandemi COVID-19 saat ini.

Sebagai contoh, di tengah merebaknya pandemi COVID-19 hingga 13 Mei 2020, kurang lebih 156 calon perseorangan telah dinyatakan diterima oleh KPU dan 45 calon ditolak pendaftarannya karena syarat awal tidak memenuhi.

Menurut tahapan awal sebelum pandemi COVID-19, verifikasi syarat dukungan pasangan calon perseorangan akan ditutup hingga 28 Mei 2020. Namun akibat pandemi, tahapan tersebut tertunda, termasuk penundaan verifikasi syarat dukungan calon perseorangan. Dengan dikeluarkannya Perppu Nomor 2 Tahun 2020, KPU harus membuat langkah verifikasi syarat dukungan tersebut yang lebih rasional. Masalah yang dihadapi oleh KPU adalah soal waktu mengingat 9 provinsi dan 270 daerah kabupaten/kota yang akan menyelenggarakan Pilkada 2020 bisa saja sedang melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Padahal, verifikasi syarat dukungan harus dilakukan secara *random* dan untuk mengecek apakah syarat dukungan yang diberikan oleh calon tersebut sah atau tidak, diperlukan petugas yang harus turun ke lokasi untuk melakukan pengecekan.

Potensi malpraktik pada Pilkada 2020 terbuka mengingat tahap verifikasi syarat dukungan calon perseorangan adalah tahap yang sensitif karena menentukan nasib seorang calon perseorangan, apakah lolos atau gagal untuk maju ke pilkada. Tingkat kemungkinan malpraktik pada tahap ini bisa terjadi sebab berdasarkan pengalaman pada situasi normal saja, dari sejumlah kasus pada

Pilkada Serentak sebelumnya, verifikasi syarat dukungan pasangan perseorangan ini banyak menimbulkan sengketa. Oleh karena itu, tingkat kemungkinan malpraktik pada verifikasi syarat dukungan calon perseorangan bisa menjadi kendala bagi penyelenggara apabila tidak dilakukan secara hati-hati.

Problem lain yang bisa menimbulkan malpraktik pada Pilkada 2020 ialah pendaftaran dan pemutakhiran data pemilih. Persoalan ini menjadi salah satu isu krusial dalam sejarah pemilu di Indonesia karena basis data pemilih selalu berbeda dan tidak sama, sehingga sering menimbulkan perselisihan antara penyelenggara dengan peserta pemilu (termasuk pilkada). Salah satu tingkat kesulitan dalam pilkada mendatang ialah apabila COVID-19 tidak usai, bagaimana dengan pemilih yang merantau atau tinggal di luar wilayah provinsi dan/atau kabupaten yang menyelenggarakan pilkada? Meskipun KPU dalam menyusun tahapannya bisa memberikan kelonggaran bahwa tahapan pemutakhiran pemilih bisa dilakukan hingga 9 Desember 2020, langkah itu justru menunjukkan KPU tidak yakin akan data yang dimilikinya. Pola itu mungkin dilakukan mengingat pada tahapan Pilkada 2020 sebelumnya, KPU menetapkan agenda pemutakhiran pemilih dilakukan hingga 23 September 2020.

Selain persoalan ketidakpastian data, tidak akuratnya data pemilih juga bisa berdampak pada tingkat partisipasi pada pilkada. Sebagai ilustrasi, kajian Moch. Nurhasim (dkk) pada 2015 dan 2016 mengenai tingkat kehadiran pemilih pada pilkada (*voter turn out*) menunjukkan bahwa rendahnya tingkat partisipasi masyarakat pada Pilkada di Medan dan Batam karena pemilih yang merantau dan tingkat mobilitas pemilih yang tinggi. Akibatnya, selain tidak bisa dilakukan pemutakhiran sehingga data kurang *update* dan tidak sesuai dengan pemilih yang aktual, seringkali penyelenggara juga kesulitan untuk mencari alamat pemilihnya. Situasi seperti itu, lagi-lagi terjadi pada situasi normal. Lalu, dengan situasi COVID-19 saat ini, apakah pemutakhiran data pemilih dapat dilakukan secara optimal?

Mengandalkan Daftar Pemilih Khusus (DPK) dan Daftar Pemilih Tambahan (DPTb) yang terus menerus terjadi dan tidak ada perbaikan oleh penyelenggara, sebenarnya dapat disebut sebagai bagian dari malpraktik penyelenggaraan pemilu. Masalah DPTb yang terjadi pada Pemilu 2019 lalu umumnya adalah pemilih yang ingin menggunakan hak pilihnya di suatu tempat yang berbeda dengan tempat tinggalnya, ternyata mengalami berbagai kesulitan akibat proses pengurusan yang

“njlimet”. Di masa PSBB dengan pembatasan-pembatasan *physical distancing* atau *social distancing*, hal tersebut tentu harus diantisipasi oleh penyelenggara pilkada.

Potensi malpraktik berikutnya adalah pada saat penghitungan suara. Peserta Pilkada 2020, baik calon dari partai maupun perseorangan, harus memenuhi target untuk menyediakan saksi di setiap Tempat Pemungutan Suara (TPS). Psikologi pemilih untuk menjaga jarak sosial dalam masa PSBB bisa menjadi kendala bagi munculnya pengawasan yang sifatnya partisipatif. Selain itu, pada situasi sulit di tengah PSBB bisa jadi calon juga kesulitan mencari saksi, dan situasi yang sama juga bisa dialami oleh pengawas pemilu.

### **Kampanye yang Tidak Mudah bagi Calon**

Dalam situasi yang abnormal seperti saat ini, unsur kampanye bagi calon atau peserta pilkada justru tidak mudah. Waktu yang sulit dan situasi, tidak memungkinkan bagi calon untuk mengumpulkan massa. Padahal, kampanye dalam proses elektoral di Indonesia identik dengan pengumpulan massa.

Dengan pengaturan kampanye tipe simbolik, dimana calon akan cenderung mengerahkan massa, sementara ada kebijakan PSBB yang salah satunya mengatur soal *physical distancing* atau *social distancing*, tentu hal ini tidak mudah bagi calon. Apakah KPU bisa menabrak aturan PSBB apabila suatu daerah yang menyelenggarakan pilkada ternyata situasi pandemi belum usai? Tidak ada aturan yang menjelaskan hal ini, dan Perppu Nomor 2 Tahun 2020 juga tidak menyinggungnya. Sementara dalam praktik pemilu dan/atau pilkada, diskresi yang dilakukan oleh KPU akan memunculkan perdebatan karena KPU bisa dianggap melampaui batas kewenangannya dalam mengambil keputusan.

Meskipun situasi pandemi COVID-19 bisa memicu situasi sulit bagi pengaturan Pilkada 2020, namun pilkada di tengah pandemi ini juga bisa mendorong para calon kepala daerah untuk mengurangi kampanye simbolik dan mobilisasi massa. Penggunaan aplikasi teknologi di dunia maya akan menggantikan metode kuno kampanye tatap muka dengan kerumunan massa dalam jumlah besar. Calon kepala daerah harus mulai terbiasa dengan cara ini. Pandemi COVID-19 ini

bisa dijadikan sebagai momentum kebangkitan kampanye narasi yang dipenuhi dengan ide dan gagasan yang didialogkan secara santai dan nyaman.

Para calon perlu mempersiapkan diri untuk melakukan inovasi kampanye digital. Orientasi calon yang masih terlalu meyakini kampanye dengan cara tradisional melalui pengumpulan massa, perlu ditinggalkan. Demikian pula cara berfikir jalan pintas, karena proses elektoral kita di era reformasi, baik pemilu maupun pilkada masih kurang mengeksplorasi narasi calon sebagai kekuatan untuk menarik massa.

Konsekuensinya, para calon harus menjual gagasan atau ide. Ada pertarungan ide-ide besar yang harus ditawarkan kepada para pemilih. Tidak lagi kampanye model bantuan sosial (bansos) dengan bagi-bagi uang dan sembako, yang hingga kini menimbulkan polemik apakah termasuk pelanggaran atau tidak bila bansos ditemplei dengan foto petahana yang menjadi calon. Atau model kegiatan seperti yang dilakukan calon Bupati Minahasa Utara, Shintia Gelly Rumumpe yang membagikan bantuan masker, cairan pembersih tangan, stiker, dan uang Rp 50.000 kepada warga di Desa Tatelu, Dimembe, Minahasa Utara, Sulawesi Utara. Masker dan cairan pembersih tangan adalah barang yang paling dicari warga semasa wabah COVID-19 (Kompas, 16-4-2020).

Pertanyaannya, apakah pengaturan pertemuan massa pemilih dengan cara membagikan masker, cairan pembersih tangan, stiker, dan uang akan dilarang oleh KPU mengingat pasti akan berdampak pada berkumpulnya orang. Selain itu, apakah mungkin KPU hanya akan membolehkan dialog politik sebagai satu-satunya kemungkinan calon untuk melakukan kampanye. Problem ini yang tidak diselesaikan oleh Perppu Nomor 2 Tahun 2020. Alih-alih bisa menjadi landasan bagi penyelenggara Pilkada Serentak untuk mengambil tindakan-tindakan dalam situasi darurat, Perppu ini masih jauh dapat dianggap sebagai dasar atau payung bagi KPU untuk mengambil tindakan dalam situasi yang sulit atau darurat.

Dalam konteks pengaturan kampanye, KPU bisa saja mengalami dilema di tengah situasi PSBB. Hal ini karena adanya "tradisi politik" yang sudah terlanjur menjadi kebiasaan bahwa calon dalam proses elektoral tidak terlalu penting untuk menjual gagasan. Perilaku pemilih yang cenderung transaksional menyebabkan proses kampanye dalam pemilu dan pilkada lebih didominasi oleh kampanye model lama, mobilisasi massa yang sifatnya pragmatis.

Kampanye model lama lebih mengedepankan politik transaksional di satu sisi dan politik imbalan di sisi yang lain. Cara transaksional dalam kampanye ini mulai mewabah sejak Pemilu 2004, dan

diteruskan hingga saat ini. Akibatnya, calon kepala daerah dihantui keraguan pilihan berkampanye, apakah cara digital baik melalui media poster atau media lainnya seperti *teleconference* di zoom dapat menggantikan pola hubungan kampanye “NPWP (*nomor piro wani piro*)”.

Pilkada 2020 di tengah pandemi diharapkan dapat mengubah cara berkampanye yang tidak lagi simbolik dan tradisional. Para kandidat dan tim pemenangan calon akan dipaksa lebih kreatif menemukan inovasi baru dalam melakukan kampanye dialogis melalui perbincangan sosial yang lebih naratif dan edukatif.

### **Antisipasi oleh Penyelenggara**

Penyelenggara Pilkada 2020, baik KPU maupun Bawaslu harus membuat sejumlah peta jalan (*road map*) untuk mengantisipasi berbagai tingkat kemungkinan malpraktik yang disebutkan di atas. Tujuannya jelas, agar Pilkada 2020 tidak disebut sebagai pilkada yang paling buruk atau pilkada yang tidak berintegritas. Beberapa antisipasi perlu dilakukan oleh penyelenggara pilkada, khususnya KPU dan Bawaslu.

Pertama, KPU perlu membuat Peraturan KPU (PKPU) yang menerjemahkan Perppu Nomor 2 Tahun 2020, khususnya berkaitan dengan ukuran-ukuran sebuah pilkada dapat ditunda atau tidak dilaksanakan. Meskipun bisa dianggap “anomali”, tetapi ini menjadi salah satu antisipasi yang bisa dilakukan. Koordinasi antara KPU, Bawaslu, Komisi II, dan Kementerian Dalam Negeri dalam menetapkan peta jalan antisipasi dapat meminimalisir kemungkinan yang tidak terduga sebagai dampak situasi pandemi COVID-19 dalam penyelenggaraan Pilkada 2020.

Kedua, Bawaslu sejak awal dapat mengantisipasi berbagai kemungkinan malpraktik Pilkada 2020 sesuai dengan Indeks Kerawanan Pilkada 2020 yang pernah disusun, dengan melakukan koordinasi bersama KPU, khususnya untuk membuat berbagai skema inovatif dalam rangka mengantisipasi *bottleneck* yang terjadi dalam penyelenggaraan Pilkada 2020. Antisipasi lain adalah dengan membahas penggunaan anggaran dan beberapa kemungkinan pengalihan anggaran dalam penyelenggaraan Pilkada 2020 akibat situasi darurat.

Ketiga, apabila KPU ingin mendesain sebuah e-rekapitulasi elektronik sebagaimana wacana yang berkembang untuk mengantisipasi malpraktik yang mungkin terjadi pasca-pemberian suara, KPU harus memastikan tingkat keamanan dan kesahihan data e-rekapitulasi elektronik yang menjadi data resmi hasil pilkada. Pengalaman polemik Situng pada Pemilu 2019 lalu harus menjadi

pelajaran berharga, yaitu e-rekapitulasi elektronik sebagai data resmi pilkada akan rawan gugatan apabila tidak dipastikan tingkat keamanan dan kesahihannya dengan proses e-rekapitulasi yang transparan dan terpercaya.

Terakhir, penting untuk memastikan bahwa data pemilih akurat sebab perselisihan soal data pemilih ini telah menggerus tingkat kepercayaan masyarakat kepada penyelenggara pemilu. Kesahihan data pemilih dapat mengakhiri polemik dosa warisan problem elektoral yang bersumber dari sengkabut data pemilih yang selama ini terjadi. KPU harus berani memastikan bahwa data pemilih yang dimilikinya adalah data pemilih yang akurat. Hal itu dengan mudah bisa dibuktikan apabila pemilih yang menggunakan Data Pemilih Khusus (DPK) tidak terlalu banyak atau tidak signifikan. *(Moch Nurhasim)*

Dimasa epidemi corona seperti ini tentunya sangat mempengaruhi gaya hidup semua lapisan masyarakat. Semua yang dikerjakan sekarang melalui *online* baik kuliah, rapat, dan lain sebagainya. Hal ini sangat berdampak pula pada program pilkada. Bagi pihak konstituen hal ini tentu merupakan momok baru dimana sebelum masa epidemi ini sosialisasi pemilu dilakukan secara langsung sedangkan pada saat ini kemungkinan sosialisasi akan dilaksanakan secara *online*, menurut saya hal ini sangat kurang menguntungkan karena bisa terjadi banyak *trouble* atau masalah pada saat proses sosialisasi masalah disini seperti jaringan internet. Karena tidak semua masyarakat memiliki *gadget* yang mempuni untuk menunjang hal tersebut, bisa jadi dengan minimnya sosialisasi yang didapatkan peserta pemilu, akan berdampak pada menurunnya antusiasme pemilu untuk melaksanakan pilkada.

Nama : Intan Fuji Lestari  
NIM : 182910031  
Mata Kuliah : Komunikasi Pemasaran Politik  
Dosen Pembimbing : Dr. Ir. Ratu Mutialela Caropeboka., M.S.

## UJIAN SEMESTER MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

SEMESTER GENAP: 1/ 2019/2020 (ANGKATAN 3)

1. Dalam startegi komunikasi peranan komunikator itu sangatlah penting, itulah sebabnya strategi komunikasi harus luwes supaya komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan bila dalam pelakasanaan menemui hambatan. Upaya untuk melancarkan komunikasi yang lebih baik mempergunakan pendekatan A-A Procedure (From Attetion to Reaction Procedure) dengan 5 langkah yang disingkat AIDDA.

A - Attetion (perhatian)  
I - Interest (minat)  
D - Desire (hasrat)  
D - Decision (keputusan)  
A - Action (Tindakan/kegiatan)

Komunikasi dengan melakukan pendekatan dengan membangkitkan perhatian akan menjadikan suksesnya komunikasi.

2. Harold D. Laswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi atau cara untuk menggambarkan dengan tepat sebuah tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Who says what in which channel to whom with what effect” (siapa mengatakan apa dengan cara apa kepada siapa dengan efek bagaimana). Sejauhmana si komunikator mempunyai percaya diri (*self confident*). Dikarenakan dalam

Komunikasi Interpersonal ciri/karakteristiknya yang pertama dimulai dari diri sendiri maka komunikator harus percaya pada kemampuannya sendiri untuk melakukan relasi Komunikasi Interpersonal. Sejuahmana komunikator mengendalikan transaksional, yaitu ketika bertemu dan berkenalan dengan komunikan maka komunikator sudah mempunyai persepsi mengenai identitas dan kepribadian komunikan. Komunikator harus tetap mengendalikan identitas dan kepribadian komunikan seperti semula. Komunikator harus menguasai materi/pengetahuan yang mendalam tentang hah-hal dari isi pesan yang akan di-reciever-kan (disampaikan). Komunikator harus memelihara relasi, yaitu memelihara hubungan dengan komunikan. Proses komunikasi yang efektif formulasi dari Laswell tersebut dalam kategori model-model dasar dalam startegi komunikasi. Pesan adalah: "suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain

3. Pertukaran berita, bekerjasama dalam penelitian dan pembagian peliputan, media negara berkembang akan mampu menghapuskan monopoli dalam penyiaran kegiatan-kegiatan regional yang menonjol. Dalam strategi komunikasi komunikator sangatlah penting memiliki komunikasi yang luwes supaya komunikator sebagai pelaksana dapat mengadakan perubahan bila dalam pelaksanaan menemui hambatan dengan melakukan upaya pendekatan agar dapat membangkitkan perhatian dan menjadi komunikasi yang sukses. Komunikator pun harus mempunyai kepercayaan diri (self confident) karena dimulai dari diri sendiri komunikator harus percaya pada kemampuan dirinya sendiri agar dapat melakukan relasi komunikasi dengan komunikan. Komunikator harus menguasai materi dan pengetahuan yang dalam tentang hal-hal da nisi pesan yang akan disampaikan.
4. Menurut saya dalam masa pandemi yang kita lihat langsung perkembangan dalam dunia teknologi komunikasi dan informasi pun sangat memegang peran penting. Hal ini tentu saja akan sangat menguntungkan bagi para peserta pilkada. Media konvergensi seperti teknologi audio/visual dengan internet yang dapat memfasilitasi interaktivitas antar penggunanya contoh berupa telepon genggam, jejaring social, situs web. Media baru dengan segala karakteristiknya seperti interaktivitas, kepraktisan, biaya lebih murah, distribusi informasi lebih cepat, dan jangkauan lebih luas, telah mendorong terciptanya

bentuk dan pola komunikasi baru, yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh gerakan masyarakat sipil untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.

Hal ini dapat dilakukan oleh para politikus, pemimpin partai atau calon legislatif dalam menggunakan social media dan dapat menjadi suatu strategi komunikasi politik baru yang dijalankan untuk memenangkan pasangan/individu yang akan mengikuti pilkada, dengan memanfaatkan penggunaan media dalam berkampanye seperti melakukan penyebaran dukungan terhadap kandidat. Cara yang digunakan pun dengan gaya kampanye yang elegan seperti penggunaan twibbon dan sertifikat elektronik, penggunaan hashtag atau mention di twitter bahkan melakukan lomba tentang kandidat seperti membuat lomba karikatur/foto di facebook dan instagram.

**Ujian Semester Magister Ilmu Komunikasi  
Semester Genap: 1/ 2019/2020 (Angkatan 3)**

**Nama : Swandra Yadi  
NIM : 182910032  
Mata kuliah : Komunikasi Pemasaran Politik  
Dosen pengampu : Dr. Ir. Ratu Mutialela. Caropeboka, MS.**

***Soal:***

- 1. Jika seorang yang berkecimpung di bidang politik untuk mencapai tujuannya. Strategi komunikasi apa yang harus dilakukan diperhatikan. Bagaimana operasionalnya? Analisis.***

**Jawab:**

Dalam mencapai tujuan atau memperkuat maupun mempertahankan pengaruhnya, seorang yang berkecimpung di bidang politik dapat menggunakan ragam komunikasi mulai dari komunikasi interpersonal hingga melalui penggunaan media massa.

Mereka (politikus) juga dapat menggunakan beragam jenis iklan politik sebagai sarana untuk menjalankan persuasi politik. Lalu dapat juga menggunakan beragam teknik PR politik dalam mengekspose beragam aktivitas, informasi dan agenda-agenda politiknya agar menyebar luas dan memberikan pengaruh kepada publik.

Penting bagi politikus untuk mempengaruhi dan mendapatkan kesan positif dari audiensnya. Sebab, proses komunikasi politik yang dilakukan politikus nantinya mampu membentuk persepsi dan citra politik, menerima dampak dari pemberitaan media, membentuk opini publik dan juga mempengaruhi media dalam menentukan agenda media.

Apalagi kondisi saat ini yang mengedepankan pada proses pencitraan, maka polesan komunikasi politik bagi para politisi menjadi sesuatu yang sangat penting. Kepiawaian dalam memaksimalkan berbagai media terutama media massa akan sangat menentukan keberhasilannya dalam merangkai dan menjembatani komunikasi kepada para pemilih atau masyarakat. (\*)

***Soal***

- 2. Terangkan tentang formulasi Harold Lasswell dan analisis satu per satunya. Sejauhmana si komunikator mempunyai percaya diri (self confident). Dikarenakan dalam komunikasi interpersonal ciri/karakteristiknya yang pertama dimulai dari diri sendiri maka komunikator harus percaya pada kemampuannya sendiri untuk melakukan relasi komunikasi interpersonal.***

**Jawab:**

Menurut Lasswell, komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan yang dilakukan melalui media kepada komunika yang menimbulkan efek tertentu. Model komunikasi Lasswell menggambarkan kajian proses komunikasi secara ilmiah yang menitikberatkan pada berbagai

turunan dari setiap elemen komunikasi dan sekaligus merupakan jawaban dari pertanyaan yang telah ia kemukakan.

Dalam model komunikasi Lasswell, terdapat 5 elemen komunikasi yang juga dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan evaluasi terhadap proses komunikasi dan evaluasi terhadap masing-masing elemen komunikasi. Kelima elemen tersebut adalah sebagai berikut:

**1. *Who***, merujuk pada komunikator atau sumber yang mengirimkan pesan.

Menurut Lasswell, dalam setiap bentuk komunikasi selalu ada seseorang atau sesuatu yang memainkan peran dalam melakukan komunikasi. Para ahli komunikasi sepakat bahwa yang dimaksud dengan komunikator adalah *source/transmitter/sender* atau pengirim pesan. Terkait dengan studi media, maka elemen *Who* dalam model komunikasi Lasswell dapat dikaji melalui analisis kontrol atau *control analysis*. Yang dimaksud dengan analisis kontrol atau *control analysis* adalah studi atau kajian yang menitikberatkan pada hal-hal yang terkait dengan kepemilikan media massa, ideologi media, dan lain sebagainya.

**2. (*Says*) *What***, merujuk pada isi pesan.

Elemen kedua dalam model komunikasi Lasswell adalah elemen (*Says*) *What* yang merujuk pada isi pesan. Terkait dengan studi media, maka elemen (*Says*) *What* dapat dikaji melalui *content analysis* atau analisis isi. Yang dimaksud dengan analisis isi atau *content analysis* adalah penelitian terhadap isi pesan dan biasanya diterapkan melalui pertanyaan-pertanyaan yang bersifat representasi. Misalnya, berapa jumlah perempuan yang direpresentasikan dalam pers tabloid, bagaimana kaum minoritas digambarkan dalam televisi, dan lain sebagainya. Beberapa karakteristik media penyiaran yang dimiliki media massa seperti televisi atau radio memungkinkan khalayak untuk berfikir dalam gambar atau secara visual atau berfikir dalam suara.

**3. (*In Which*) *Channel***, merujuk pada media atau saluran yang digunakan untuk mengirimkan pesan

Kemudian, elemen ketiga dalam model komunikasi Lasswell adalah elemen (*In Which*) *Channel* yang merujuk pada pemilihan dan penggunaan media dalam proses pengiriman pesan. Terkait dengan studi media, penelitian yang menitikberatkan pada media massa seperti radio dan lain-lain dinamakan analisis media atau *media analysis*. Sama halnya dengan analisis isi, dalam analisis media penelitian dilakukan dengan menggunakan berbagai pertanyaan terkait ketersediaan media yang sesuai yang akan digunakan untuk mengirimkan pesan, misalnya media apakah yang sesuai bagi khalayak. Kesalahan dalam pemilihan media yang tepat dapat mempengaruhi efek komunikasi yang diharapkan. (Baca : Pengertian Media Menurut Para Ahli)

**4. (*To*) *Whom***, merujuk pada penerima pesan.

Elemen keempat yang tak kalah penting dalam model komunikasi Lasswell adalah elemen (*To*) *Whom* atau siapa yang menjadi penerima pesan. Dalam tataran kajian media, studi yang menekankan pada penerima pesan atau khalayak disebut dengan *audience analysis* atau analisis khalayak.

Pengetahuan tentang khalayak sasaran dalam proses komunikasi sangatlah penting. Tidak hanya komunikasi yang kita lakukan melalui media, namun juga komunikasi yang kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari dengan orang lain, diantaranya dalam sistem komunikasi interpersonal, komunikasi lintas budaya, komunikasi antarbudaya, komunikasi persuasif,

komunikasi internasional, komunikasi pembangunan, komunikasi pembelajaran, komunikasi pertanian, komunikasi kesehatan, dan komunikasi dakwah.

**5. (*With What*) Effects**, merujuk pada efek media yang ditimbulkan.

Elemen terakhir dalam model komunikasi Lasswell adalah elemen (*With What*) Effects, yaitu efek yang ditimbulkan dari komunikasi yang dilakukan. Kajian terhadap elemen efek media disebut dengan analisis efek atau *effect analysis*. Kita melakukan komunikasi karena ada tujuan yang ingin dicapai. Lasswell tidak menekankan pada komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi namun pada efek media massa. Tema penting yang dikaji dalam efek media massa diantaranya adalah apakah media memiliki efek terhadap khalayak serta bagaimana media massa mempengaruhi khalayak sasaran. Kajian tentang efek media massa telah melahirkan berbagai teori efek media massa, diantaranya adalah teori jarum hipodermik, teori agenda setting, teori spiral keheningan, teori uses and gratifications, analisis framing dan lain-lain. (\*\*)

### **Soal**

- 3. Apa yang dimaksud dengan STRATEGI KESEIMBANGAN dalam komunikasi politik. Silakan analisisan, apa yang diperlukan bagi seorang komunikator maupun komunikan.**

Komunikasi politik memiliki fungsi yang sangat penting dan menentukan demokratisasi, dan terdapat pertarungan kepentingan untuk memengaruhi, merebut, mempertahankan, dan memperluas kekuasaan yang dilakukan oleh para komunikator politik yaitu pihak elit (penguasa) maupun publik (yang dikuasai).

Komunikasi politik sangat penting untuk membangun masyarakat, di mana negara dan rakyatnya merasa memiliki hubungan atau berinteraksi, sehingga komunikasi politik menjadi suatu keharusan. Karena itu, dalam melakukan berbagai kegiatan sebagai sebuah strategi keseimbangan, tidak bisa hanya dengan serangkaian instruksi dari elit (kelompok penguasa) kepada masyarakat, tetapi harus memberikan kesempatan untuk melakukan umpan balik dari masyarakat dan mendorong adanya partisipasi.

Salah satu langkah untuk mencapai keseimbangan tersebut dengan memberikan visi, misi, dan program yang sesuai dengan aspirasi, identifikasi masalah serta potensi dari rakyat sendiri berdasarkan hasil riset. (\*\*\*)

### **Soal:**

- 4. Gagasan tata komunikasi dan informasi dunia baru berasal dari berbagai keprihatinan tentang struktur komunikasi internasional lama yang dianggap terlalu didominasi oleh negara-negara maju. Gagasan ini menjadi semakin menguat terutama pada dekade saat itu pada masa epidemi, dimana terlihat adanya potensi perkembangan dalam dunia teknologi komunikasi dan informasi sangat memegang peranan penting. Bagaimana pendapat Sdr dengan keadaan ini jika dikaitkan dengan program pilkada serentak yang akan diadakan dalam waktu dekat ini. Apakah dapat menguntungkan konstituen atau merugikan peserta pilkada tersebut. Analisiskan..**

**Jawab:**

Terkait pilkada serentak yang akan diadakan dalam waktu dekat ini, tentu perkembangan dunia teknologi komunikasi dan informasi akan memegang peranan penting. Fakta bahwa pengguna media sosial ini terus meningkat, pada akhirnya membawa persaingan baru bagi para kandidat yang bertarung di pilkada serentak. Kandidat yang menguasai media sosial, tentu akan sangat diuntungkan.

Apalagi internet sebagai media yang relatif murah dan lebih mudah diakses, memungkinkan para kandidat menjangkau pendukung potensial. Komunikasi baru ini akan meningkatkan interaksi. Sebab, masyarakat memiliki akses lebih untuk menyalurkan aspirasi. Pada saat yang sama, kandidat dapat mengkoordinasikan pendukung mereka dengan lebih mudah dan cepat untuk memobilisasi mereka misalnya pada saat kampanye. Dengan media sosial juga, para kandidat dapat *mengcounter* isu negatif yang disebar pihak lawan.

Para kandidat harus menggunakan media sosial baik itu *facebook, intagram, whatsapp*, dengan interaktif untuk memperkuat yang telah ada dalam media konvensional. Strategi menggabungkan media sosial dengan media konvensional menjadikan komunikasi politik yang menarik dari kandidat. Oleh sebab itu, selain hanya sekedar memiliki *website* dan akun media sosial, partai politik dan kandidat seharusnya dapat menggunakan *website* dan media sosial tersebut secara interaktif, sehingga dapat mendekatkan dengan calon pemilih. (\*\*\*\*)

-----Terima Kasih-----