

Dr. H. Andi Budi Sulistijanto, S.H., M.I.Kom., CIQaR., CIQnR.

ANATOMI KOMUNIKASI POLITIK

**Media, Kekuasaan,
dan Opini Publik**



Anatomi Komunikasi Politik

Media, Kekuasaan, Dan Opini Publik

Dr. H. Andi Budi Sulistijanto, S.H., M.I.Kom., CIQaR., CIQnR.

KBM
INDONESIA

PENERBIT KBM INDONESIA

adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air Indonesia, serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku.

ANATOMI KOMUNIKASI POLITIK

Media, Kekuasaan, dan Opini Publik

Copyright @ 2026 By Dr. H. Andi Budi Sulistijanto, S.H., M.I.Kom., CIQaR., CIQnR.

All right reserved

Penulis

Dr. H. Andi Budi Sulistijanto, S.H., M.I.Kom., CIQaR., CIQnR.

Desain Sampul

Aswan Kreatif

Tata Letak

Husnud Diniyah

Editor

Dr. Muhamad Husein Maruapey, Drs., M.Sc.

Background isi buku di ambil dari <https://www.freepik.com/>

Official

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia

Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021

081357517526 (Tlpn/WA)

Website

<https://penerbitkbm.com>

www.penerbitbukumurah.com

Email

naskah@penerbitkbm.com

Distributor

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

Instagram

@penerbit.kbmindonesia

@penerbitbukujogja

ISBN: 978-634-278-286-6

Cetakan ke-1, April 2026

14,8 x 21 cm, viii + 232 halaman

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit
Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-
Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

- i. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100. 000. 000 (seratus juta rupiah).
- ii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500. 000. 000,00 (lima ratus juta rupiah).
- iii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1. 000. 000. 000,00 (satu miliar rupiah).
- iv. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4. 000. 000. 000,00 (empat miliar rupiah).

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan penyertaan-Nya sehingga buku ajar yang berjudul “Komunikasi Politik” ini dapat diselesaikan dan disajikan kepada para pembaca. Buku ini disusun sebagai upaya untuk memberikan pemahaman yang lebih sistematis mengenai bagaimana komunikasi berperan dalam membentuk dinamika politik modern.

Dalam kehidupan politik kontemporer, komunikasi tidak lagi sekadar sarana penyampaian pesan, melainkan telah menjadi elemen strategis yang memengaruhi pembentukan opini publik, legitimasi kekuasaan, serta arah kebijakan dalam masyarakat. Melalui media massa, media sosial, pidato politik, kampanye, hingga berbagai simbol politik, pesan-pesan politik terus diproduksi, disebarkan, dan ditafsirkan oleh publik. Oleh karena itu, memahami komunikasi politik menjadi penting agar masyarakat tidak hanya menjadi penerima pesan secara pasif, tetapi juga mampu menilai, menganalisis, dan memahami bagaimana pesan tersebut dibangun serta tujuan yang melatarbelakanginya.

Buku ini dirancang terutama sebagai bahan ajar bagi mahasiswa ilmu komunikasi, namun juga diharapkan bermanfaat bagi praktisi komunikasi, pengamat politik, maupun masyarakat umum yang tertarik memahami proses komunikasi dalam dunia politik. Materi dalam buku ini disusun secara



bertahap mulai dari konsep dasar komunikasi politik, teori efek media, aktor-aktor dalam komunikasi politik, peran media massa dan media baru, analisis pesan politik, hingga isu-isu kontemporer seperti disinformasi, hoaks, serta komunikasi krisis politik. Dengan pendekatan ini, pembaca diharapkan dapat melihat komunikasi politik tidak hanya sebagai praktik persuasif, tetapi juga sebagai fenomena sosial yang kompleks yang memengaruhi kualitas demokrasi dan kehidupan publik.

Penulis menyadari bahwa buku ini tidak mungkin terwujud tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada rekan-rekan akademisi yang telah memberikan berbagai masukan intelektual, kepada para mahasiswa yang melalui diskusi dan pertanyaan kritisnya turut memperkaya perspektif dalam penulisan buku ini, serta kepada keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan moral selama proses penyusunan naskah ini.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca akan sangat penulis hargai sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi politik serta membantu pembaca memahami dinamika komunikasi dalam kehidupan politik secara lebih kritis dan reflektif.

Surabaya,
Penulis

Dr. H. Andi Budi Sulistijanto, S.H., M.I.Kom., CIQaR., CIQnR.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii

BAB 01 PENGANTAR KOMUNIKASI POLITIK..... 1

Pendahuluan	1
Tujuan Pembelajaran.....	2
Relevansi	2
Materi	3
1.1 Definisi dan Konsep Dasar	3
1.2 Peran dalam Sistem Politik	6
1.3 Metodologi Penelitian.....	9
Rangkuman.....	11
Penugasan.....	12
Refleksi Mahasiswa.....	13
Referensi.....	14

BAB 02 TEORI EFEK MEDIA DALAM KOMUNIKASI POLITIK..... 19

Pendahuluan	19
Tujuan Pembelajaran.....	20
Relevansi	20
Materi	21
2.1 Teori Jarum Hipodermik	21
2.2 Teori Aliran Dua Tahap (<i>Two-Step Flow</i>)	23
2.3 Teori Penentuan Agenda (<i>Agenda-Setting</i>)	24
2.4 Teori Pembingkaihan (<i>Framing</i>).....	26
2.5 Teori Spiral Keheningan (<i>Spiral of Silence</i>)	30
Rangkuman.....	32



Penugasan.....	33
Refleksi Mahasiswa.....	34
Referensi.....	34

BAB 03 AKTOR DAN PERAN DALAM KOMUNIKASI POLITIK.....	43
Pendahuluan	43
Tujuan Pembelajaran.....	44
Relevansi	44
Materi	45
3.1 Politisi sebagai Aktor Utama.....	45
3.2 Media Massa sebagai Perantara	47
3.3 Publik dan Warga Negara.....	48
3.4 Kelompok Kepentingan dan LSM	50
3.5 Konsultan dan Juru Bicara	52
Rangkuman.....	54
Penugasan.....	55
Refleksi Mahasiswa.....	56
Referensi.....	57

BAB 04 MEDIA MASSA KONVENSIONAL DAN POLITIK.....	65
Pendahuluan	65
Tujuan Pembelajaran.....	66
Relevansi	66
Materi	67
4.1 Televisi dan Kekuatan Visual.....	67
4.2 Radio dan Kedekatan Audiens	69
4.3 Media Cetak dan Kedalaman Analisis	72
4.4 Jurnalisme Politik.....	74
4.5 Regulasi dan Kepemilikan Media	77
Rangkuman.....	79
Penugasan.....	80
Refleksi Mahasiswa.....	81
Referensi.....	81



BAB 05 MEDIA BARU DAN TRANSFORMASI KOMUNIKASI POLITIK 87

 Pendahuluan 87

 Tujuan Pembelajaran 88

 Relevansi 88

 Materi 89

 5.1 Media Sosial dan Keterlibatan Politik 89

 5.2 Politik Viral dan Meme 91

 5.3 Disintermediasi Politik 94

 5.4 Jurnalisme Warga dan Blog Politik 97

 5.5 Tantangan dan Peluang Media Baru 99

 Rangkuman 101

 Penugasan 102

 Refleksi Mahasiswa 102

 Referensi 103

BAB 06 ANALISIS PESAN DAN RETORIKA POLITIK 107

 Pendahuluan 107

 Tujuan Pembelajaran 108

 Relevansi 108

 Materi 109

 6.1 Strategi Pesan Politik 109

 6.2 Retorika Politik 110

 6.3 Semiotika dalam Politik 112

 6.4 *Storytelling* (Penceritaan) dalam Politik 114

 6.5 Propaganda Politik 115

 Rangkuman 116

 Penugasan 117

 Refleksi Mahasiswa 118

 Referensi 118

BAB 07 KAMPANYE POLITIK 121

 Pendahuluan 121

 Tujuan Pembelajaran 122

Relevansi	122
Materi	123
7.1 Perencanaan Kampanye	123
7.2 Manajemen Pemasaran Politik.....	125
7.3 Organisasi Kampanye	128
7.4 Kampanye Negatif dan Kampanye Hitam	130
7.5 Evaluasi Kampanye.....	132
Rangkuman.....	133
Penugasan.....	134
Refleksi Mahasiswa.....	135
Referensi.....	135

BAB 08 CITRA DAN PENCITRAAN POLITIK 139

Pendahuluan	139
Tujuan Pembelajaran.....	140
Relevansi	140
Materi	141
8.1 Konsep Citra Politik.....	141
8.2 Strategi Pembentukan Citra	143
8.3 Manajemen Krisis Citra	145
8.4 Peran Media dalam Pencitraan.....	147
Rangkuman.....	150
Penugasan.....	151
Refleksi Mahasiswa.....	151
Referensi.....	152

BAB 09 OPINI PUBLIK DAN PENGUKURANNYA..... 155

Pendahuluan	155
Tujuan Pembelajaran.....	156
Relevansi	156
Materi	156
9.1 Pembentukan Opini Publik	156
9.2 Teknik Pengukuran.....	159
9.3 Survei dan Kebijakan Publik.....	161
9.4 Mengukur Opini di Era Digital	164



Rangkuman.....	166
Penugasan.....	167
Refleksi Mahasiswa.....	167
Referensi.....	168
BAB 10 KOMUNIKASI KRISIS POLITIK.....	171
Pendahuluan	171
Tujuan Pembelajaran.....	171
Relevansi	172
Materi	172
10.1 Definisi dan Karakteristik Krisis.....	172
10.2 Perencanaan Komunikasi Krisis	175
10.3 Respons dan Penyampaian Pesan	177
10.4 Pemulihan Reputasi Pasca-Krisis.....	179
10.5 Studi Kasus Komunikasi Krisis	181
Rangkuman.....	182
Penugasan.....	183
Refleksi Mahasiswa.....	184
Referensi.....	185
BAB 11 DISINFORMASI, HOAKS, DAN FAKE NEWS.....	187
Pendahuluan	187
Tujuan Pembelajaran.....	188
Relevansi	188
Materi	188
11.1 Fenomena Hoaks Politik	188
11.2 Ekosistem Hoaks.....	191
11.3 Literasi Media dan Verifikasi Fakta	194
11.4 Regulasi dan Kebijakan.....	195
Rangkuman.....	198
Penugasan.....	199
Refleksi Mahasiswa.....	200
Referensi.....	200



BAB 12 KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM POLITIK..... 203

 Pendahuluan 203

 Tujuan Pembelajaran..... 204

 Relevansi 204

 Materi 205

 12.1 Konsep Komunikasi Antarbudaya 205

 12.2 Diplomasi Publik dan Soft Power..... 208

 12.3 Komunikasi Politik Global.....211

 12.4 Propaganda Internasional 214

 12.5 Isu dan Tantangan 216

 Rangkuman..... 218

 Penugasan 219

 Refleksi Mahasiswa..... 220

 Referensi..... 221

GLOSARIUM..... 223

PROFIL PENULIS 231





“

Bab 01

PENGANTAR KOMUNIKASI POLITIK

PENDAHULUAN

Komunikasi politik tidak hanya berkaitan dengan isi pesan yang disampaikan oleh aktor politik, tetapi juga mencakup tujuan, cara penyampaian, serta pengaruh pesan tersebut terhadap opini publik, proses pengambilan keputusan, dan struktur kekuasaan dalam masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat terus berhadapan dengan berbagai bentuk komunikasi politik, baik melalui pidato, kampanye, pemberitaan media, maupun media sosial. Oleh karena itu, pemahaman tentang komunikasi politik menjadi penting agar pembaca mampu melihat bahwa setiap pesan politik umumnya disusun secara strategis untuk membentuk persepsi, memperoleh dukungan, dan memengaruhi arah kebijakan. Melalui bab ini, pembaca akan diperkenalkan pada konsep dasar, komponen utama, sifat, perkembangan, serta peran komunikasi politik, sehingga memiliki landasan awal untuk memahami dinamika politik secara lebih kritis dan analitis.



TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menjelaskan definisi, ruang lingkup, dan konsep dasar komunikasi politik.
2. Mengidentifikasi komponen-komponen utama dalam proses komunikasi politik.
3. Menganalisis sifat-sifat khas komunikasi politik, seperti persuasif, strategis, dan simbolik.
4. Menjelaskan perkembangan historis komunikasi politik dari era klasik hingga era digital.

RELEVANSI

Materi komunikasi politik sangat relevan dengan kehidupan nyata karena dalam keseharian masyarakat selalu berhadapan dengan berbagai bentuk komunikasi politik, mulai dari pidato pejabat, berita media, iklan kampanye, konten media sosial, hingga narasi kebijakan publik yang memengaruhi cara orang memahami isu dan mengambil sikap. Dengan mempelajari bab ini, pembaca dapat lebih kritis dalam menilai pesan politik, memahami bahwa setiap pesan memiliki tujuan, konteks, dan dampak tertentu, serta menyadari bahwa komunikasi politik tidak hanya memengaruhi pilihan individu, tetapi juga dapat menentukan arah kebijakan yang berlaku bagi seluruh masyarakat.

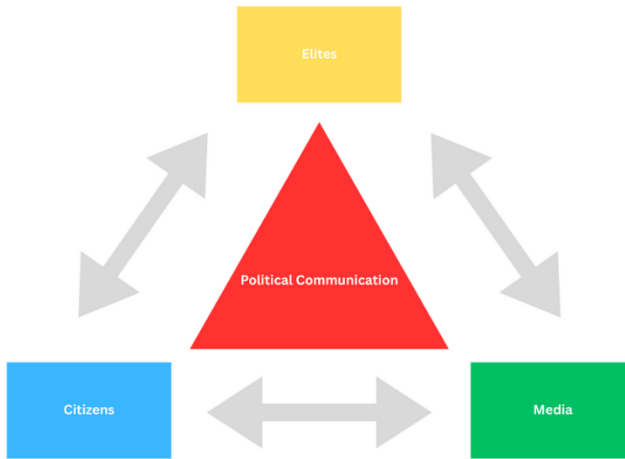


MATERI

1.1 Definisi dan Konsep Dasar

Komunikasi politik merupakan proses yang terstruktur, disengaja, dan strategis dalam produksi, penyebaran, serta pemrosesan informasi di antara aktor politik, media, dan publik yang berkonsekuensi pada pelaksanaan kekuasaan dan alokasi sumber daya dalam masyarakat (Graber & Smith, 2005). Komunikasi politik juga dapat dipahami sebagai praktik produksi makna yang dipengaruhi oleh relasi kekuasaan, struktur media, serta konteks sosial budaya yang melingkupinya. Dalam praktik media populer di Indonesia, misalnya, produksi narasi tidak sepenuhnya bebas dari struktur industri dan nilai dominan yang berkembang dalam masyarakat (Sulistijanto, Bungin, & Haryono, 2023). Konsep ini menegaskan bahwa komunikasi politik bukan sekadar pertukaran informasi, melainkan pengelolaan pesan untuk membentuk makna, memengaruhi persepsi, memperoleh dukungan, dan mencapai tujuan politik tertentu seperti memenangkan pemilu, meloloskan kebijakan, atau mempertahankan legitimasi kekuasaan (Strömbäck & Kiousis, 2011). Sebagai bidang yang berada di persimpangan ilmu politik dan ilmu komunikasi, komunikasi politik memadukan kajian tentang kekuasaan, institusi, perilaku politik, media, persuasi, dan efek pesan untuk memahami bagaimana kehidupan politik modern dibentuk melalui arus informasi yang dirancang secara sadar (Bennett & Pfetsch, 2018).





Gambar 1. 1 Ilustrasi Komunikasi Politik

1.1.1 Ruang lingkup dan batasan studi

Ruang lingkup komunikasi politik meliputi berbagai interaksi komunikatif yang terkait perebutan dan pelaksanaan kekuasaan publik, seperti pidato, kampanye, pemberitaan isu, komunikasi pemerintah, diskusi warga, protes, hingga teknologi komunikasi baru yang dapat memengaruhi opini dan tindakan politik (Blumler, 2015). Namun, batasannya ditentukan oleh relevansi tindakan komunikasi tersebut terhadap proses politik formal maupun informal, sehingga tidak semua komunikasi termasuk di dalamnya. Komunikasi politik juga berbeda dari sosialisasi politik karena berfokus pada arus pesan yang dinamis dan strategis dalam isu atau peristiwa tertentu, bukan pembentukan nilai dan norma politik jangka panjang (Norris, 2021).



1.1.2 Komponen-komponen utama komunikasi politik

Komunikasi politik mencakup komponen komunikator, pesan, saluran, audiens, serta umpan balik dan efek. Komunikator dapat berasal dari politisi, partai, pemerintah, kelompok kepentingan, aktivis, hingga aktor eksternal (Lilleker, 2020). Pesan politik disusun secara persuasif dalam bentuk verbal, visual, maupun simbolik (Perloff, 2017) dan disalurkan melalui media tradisional maupun media baru yang memengaruhi jangkauan serta penerimaan pesan (Van Aelst et al., 2017). Audiens bersifat beragam dan aktif menafsirkan pesan (Iyengar & Kinder, 2010), sementara umpan balik tampak pada perubahan opini, partisipasi, sentimen publik, atau hasil pemilu yang kemudian memengaruhi strategi berikutnya (Theocharis & Jungherr, 2020).



Gambar 1. 2 Kampanye Politik sebagai Komunikator

Sumber: <https://www.pbs.org/newshour/politics/mamdani-rallies-nyc-voters-with-support-from-bernie-sanders-and-aoc>

1.1.3 Perbedaan dengan komunikasi lain

Komunikasi politik memiliki perbedaan mendasar dengan bentuk komunikasi lain karena tujuan utamanya bukan menjual



produk atau membangun relasi personal, melainkan memperoleh dan melegitimasi kekuasaan untuk mengatur kehidupan bersama dalam masyarakat (Canel & Sanders, 2013). Komunikasi ini berlangsung dalam ruang publik yang kompetitif, terbuka, dan sarat pertentangan, sehingga setiap pesan selalu berada dalam pengawasan media, publik, dan lawan politik (Bennett & Pfetsch, 2018). Selain itu, konsekuensi komunikasi politik bersifat kolektif dan mengikat karena hasilnya dapat memengaruhi kebijakan, hak warga negara, dan kehidupan masyarakat secara luas, tidak hanya individu tertentu (Kriesi, 2012). Hubungan antara komunikator dan audiens dalam komunikasi politik juga lebih kompleks karena dibangun atas dasar klaim representasi terhadap “rakyat,” yang sifatnya abstrak, beragam, dan sering diperdebatkan (Manin, 1997).

1.2 Peran dalam Sistem Politik

Komunikasi politik merupakan fondasi yang memungkinkan sistem politik berjalan karena berfungsi sebagai mekanisme artikulasi dan agregasi kepentingan, yaitu menyalurkan tuntutan warga, kelompok kepentingan, dan partai politik ke dalam proses perumusan kebijakan yang lebih koheren (Almond & Powell, 1966). Selain itu, komunikasi juga berperan dalam sosialisasi dan rekrutmen politik melalui penyebaran nilai, norma, dan penilaian terhadap calon pemimpin dalam ruang publik (Medero, 2020). Pada akhirnya, komunikasi politik memegang peran penting dalam membangun dan mempertahankan legitimasi kekuasaan, sebab pemerintah memerlukan komunikasi untuk meyakinkan masyarakat bahwa otoritas dan kebijakannya sah, sehingga tidak semata-mata



bergantung pada paksaan untuk mempertahankan kekuasaan (Habermas, 1975).

1.2.1 Peran dalam demokrasi deliberatif

Dalam demokrasi deliberatif, komunikasi politik berfungsi sebagai dasar bagi terbentuknya legitimasi politik melalui debat publik yang rasional, inklusif, dan terbuka, bukan semata-mata melalui suara mayoritas. Komunikasi menjadi fasilitator ruang publik yang memungkinkan warga negara mendiskusikan persoalan bersama, membentuk opini publik, dan memengaruhi kebijakan secara lebih partisipatif. Dalam kerangka ini, komunikasi yang ideal mendorong penggunaan argumen yang rasional, kesediaan untuk mendengar pandangan lawan, serta pencarian konsensus atau kompromi yang dapat diterima bersama (Gutmann & Thompson, 1996). Namun, praktik demokrasi deliberatif sering menghadapi hambatan seperti polarisasi, disinformasi, dan komersialisasi media yang merusak kualitas diskursus publik (Bennett & Pfetsch, 2018).

1.2.2 Peran dalam otoritarianisme

Dalam sistem otoriter, komunikasi politik berfungsi terutama sebagai alat kontrol kekuasaan melalui propaganda, indoktrinasi, pengawasan, dan represi, karena penguasaan atas informasi menjadi unsur penting dalam mempertahankan rezim (Schedler, 2013). Media yang dikendalikan negara digunakan untuk membangun narasi tunggal yang mendukung rezim, mendiskreditkan lawan, dan menanamkan ideologi resmi kepada masyarakat (Gunitsky, 2015). Di era digital, komunikasi juga dimanfaatkan untuk memantau aktivitas warga, menyensor konten yang dianggap membahayakan, serta menimbulkan efek pengekanan diri akibat rasa takut diawasi (King, Pan, &



Roberts, 2013). Selain itu, rezim otoriter kerap memakai komunikasi untuk menciptakan ilusi partisipasi dan legitimasi melalui pemilu semu, rapat umum terkontrol, dan pertunjukan dukungan publik yang bersifat simbolik (Gandhi & Lust Okar, 2009).



Gambar 1. 3 Ribuan orang berdemonstrasi dalam aksi unjuk rasa yang saling bertentangan, mendukung dan menentang presiden Korea Selatan yang telah dimakzulkan.

Sumber: <https://apnews.com/article/south-korea-yoon-protests-constitutional-court-69106e6a41d6793de0e280460dc3a7a5>

1.2.3 Peran dalam partisipasi warga negara

Komunikasi politik memiliki peran penting dalam mendorong partisipasi warga negara karena menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk memahami isu, menilai kandidat, dan mengevaluasi kinerja pemerintah secara rasional (Delli Carpini & Keeter, 1996; Prior, 2007). Selain sebagai sumber informasi, komunikasi juga berfungsi sebagai alat mobilisasi yang mendorong warga untuk memilih, menandatangani petisi, mengikuti aksi, atau mendukung gerakan tertentu melalui berbagai saluran komunikasi (Bimber, Flanagin, & Stohl, 2012). Komunikasi turut menciptakan ruang ekspresi dan diskusi yang memungkinkan warga bertukar



pandangan, memperjelas opini, dan membangun rasa kemanjuran politik bahwa suara mereka memiliki arti dalam proses politik (Scheufele, 2000). Meskipun demikian, komunikasi juga dapat berdampak negatif apabila dipenuhi kampanye negatif, polarisasi, atau disinformasi yang justru menimbulkan apatisme, sinisme, dan keterasingan politik di kalangan warga (Ansolabehere & Iyengar, 1995).

1.3 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian dalam komunikasi politik diperlukan untuk mengubah pengamatan sehari-hari menjadi pengetahuan ilmiah yang sistematis, karena melalui metode yang ketat teori dapat diuji, disempurnakan, atau bahkan ditolak. Secara umum, penelitian di bidang ini terbagi ke dalam dua paradigma besar, yaitu kuantitatif dan kualitatif, yang dipilih sesuai dengan jenis pertanyaan penelitian, apakah ingin mengukur besaran pengaruh secara luas atau memahami makna dan proses secara mendalam (Bryman, 2016). Dalam perkembangan mutakhir, metode campuran semakin banyak digunakan untuk menggabungkan kekuatan kedua pendekatan, dan hadirnya big data dari media sosial turut membuka peluang metode komputasi untuk analisis komunikasi politik dalam skala yang lebih besar (Creswell & Plano Clark, 2017). Penelitian komunikasi politik juga dapat dilakukan melalui analisis teks media dan produksi pesan dalam industri komunikasi. Studi terhadap industri televisi Indonesia menunjukkan bahwa proses produksi narasi media sering kali dipengaruhi oleh struktur kekuasaan, kepentingan ekonomi, dan nilai budaya dominan yang membentuk representasi sosial dalam teks media (Sulistijanto, 2023).



1.3.1 Pendekatan kuantitatif dalam studi komunikasi politik

Pendekatan kuantitatif menjelaskan komunikasi politik melalui data numerik dan analisis statistik untuk menguji hipotesis serta menggeneralisasi temuan, terutama terkait pola dan hubungan sebab akibat (Iyengar & Simon, 2000). Metode utamanya mencakup survei (Visser, Krosnick, & Lavrakas, 2000), eksperimen termasuk uji efek framing (Chong & Druckman, 2007), dan analisis isi kuantitatif untuk memetakan frekuensi serta pola konten (Riffe, Lacy, & Fico, 2019). Keterbatasannya, pendekatan ini sering kurang menangkap konteks dan nuansa makna di balik angka.

1.3.2 Pendekatan kualitatif dalam studi komunikasi politik

Penelitian kualitatif menekankan pemahaman mendalam dan kontekstual tentang pengalaman, makna, serta praktik komunikasi politik dari sudut pandang partisipan, bukan generalisasi statistik (Frey, Botan, & Kreps, 2000). Metode yang umum digunakan meliputi wawancara mendalam (Kvale & Brinkmann, 2009), kelompok fokus (Morgan, 1997), serta studi kasus dan etnografi untuk menelaah proses secara rinci dan berkelanjutan (Yin, 2017; Couldry, 2012). Meski sulit digeneralisasi karena sampel kecil dan non-acak, pendekatan ini kuat dalam menangkap kompleksitas konteks dan pengalaman manusia yang kerap luput dari pengukuran kuantitatif.

1.3.3 Metode analisis teks dan narasi politik

Metode analisis teks dan narasi memandang bahasa sebagai kekuatan yang membentuk realitas sosial-politik, sehingga perhatian utamanya adalah bagaimana pilihan kata dan struktur cerita membangun makna, melegitimasi kekuasaan, dan



memobilisasi dukungan (Fairclough, 2013). Analisis wacana kritis menghubungkan teks dengan relasi kuasa dan ideologi (van Dijk, 2001), sementara analisis naratif menelaah politik melalui alur cerita, karakter, dan pesan moral (Shenhav, 2015). Analisis pembedingkaian menyoroti cara isu dibingkai untuk mendorong interpretasi tertentu (Entman, 1993), dan metode komputasi memungkinkan analisis teks skala besar seperti topic modeling serta analisis sentimen (Grimmer & Stewart, 2013).

RANGKUMAN

Bab ini membahas komunikasi politik sebagai proses strategis penyampaian dan pengolahan informasi antara aktor politik, media, dan publik untuk memengaruhi kekuasaan, dengan komponen komunikator, pesan, saluran, audiens, serta umpan balik. Komunikasi politik bersifat persuasif, dapat manipulatif, sekaligus instrumental dan simbolik, serta dijalankan melalui strategi dan taktik. Perkembangannya bergerak dari retorika klasik, era media massa, hingga era digital yang memunculkan tantangan polarisasi dan disinformasi. Dalam sistem politik, komunikasi menopang demokrasi deliberatif, menjadi alat kontrol dalam otoritarianisme, dan membentuk partisipasi warga melalui informasi, mobilisasi, serta ruang ekspresi. Kajian ini diteliti melalui pendekatan kuantitatif, kualitatif, serta analisis teks dan narasi.



PENUGASAN

Tujuan Tugas

Tugas ini dirancang untuk menilai pemahaman mahasiswa tentang konsep komunikasi politik serta kemampuan mereka menerapkannya dalam menganalisis organisasi secara nyata.

Instruksi Tugas

Tugas ini dikerjakan secara individu dalam bentuk esai analitis dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Jelaskan dengan kata-kata Anda sendiri apa yang dimaksud dengan komunikasi politik. Mengapa penting untuk membedakannya dari bentuk komunikasi lain seperti komunikasi pemasaran? Berikan contoh nyata untuk mendukung argumen Anda.
2. Pilih satu peristiwa politik besar yang terjadi di Indonesia dalam lima tahun terakhir. Analisislah peristiwa tersebut dari perspektif sejarah perkembangan komunikasi politik. Bagaimana media cetak, televisi, dan media sosial memainkan peran yang berbeda dalam membentuk narasi publik tentang peristiwa tersebut?
3. Seorang peneliti ingin memahami mengapa pemilih muda di kota Anda cenderung apatis terhadap politik. Pendekatan penelitian apa (kuantitatif, kualitatif, atau campuran) yang akan Anda sarankan? Jelaskan metode spesifik yang akan Anda gunakan (misalnya, survei, wawancara) dan justifikasi pilihan Anda.



Studi Kasus atau Tugas Kontekstual

Studi Kasus 1: Analisis Pidato Politik

Pilihlah satu video pidato politik yang signifikan dari seorang tokoh nasional Indonesia (misalnya, pidato kenegaraan, pidato deklarasi kampanye, atau konferensi pers penting). Transkripsikan sebagian kecil dari pidato tersebut (cukup 2-3 paragraf). Lakukan analisis dengan menjawab pertanyaan berikut:

1. Identifikasi tujuan instrumental dari pidato tersebut. Apa hasil konkret yang ingin dicapai oleh pembicara?
2. Analisis penggunaan retorika klasik: Di mana Anda melihat penggunaan *logos* (logika), *pathos* (emosi), dan *ethos* (upaya membangun kredibilitas)?
3. Identifikasi setidaknya dua contoh komunikasi simbolik dalam pidato tersebut (bisa dari kata-kata yang dipilih, pakaian yang dikenakan, atau lokasi pidato). Apa makna simbolik yang ingin disampaikan?
4. Menurut Anda, apakah pidato ini lebih bersifat persuasif atau manipulatif? Berikan argumen untuk mendukung jawaban Anda.

REFLEKSI MAHASISWA

Topik: Opini Publik, Media Monitoring, dan Analisis Sentimen

Tujuan: Membantu mahasiswa merefleksikan pemahaman tentang pembentukan opini publik, teknik pengukuran opini, serta peran media monitoring dan analisis sentimen dalam praktik public relations.

Panjang Refleksi: 150–200 kata



Panduan Refleksi:

1. Jelaskan pemahaman Anda tentang konsep opini publik serta faktor faktor yang memengaruhi pembentukannya.
2. Analisis peran media monitoring dan analisis sentimen dalam membantu organisasi memahami persepsi publik.
3. Jelaskan bagaimana pemanfaatan data opini publik dapat membantu organisasi dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif.
4. Tuliskan wawasan atau pemahaman baru yang Anda peroleh setelah mempelajari bab ini.

REFERENSI

- Almond, G. A., & Powell, G. B. (1966). *Comparative politics: A developmental approach*. Little, Brown.
- Ansolabehere, S., & Iyengar, S. (1995). Going negative: How political advertisements shrink and polarize the electorate. Free Press.
- Bennett, W. L., & Pfetsch, B. (2018). Rethinking political communication in a time of disrupted public spheres. *Journal of Communication*, 68(2), 243–253. <https://doi.org/10.1093/JOC/JQX017>
- Bimber, B., Flanagin, A. J., & Stohl, C. (2012). Collective action in organizations: Interaction and engagement in an era of technological change. Cambridge University Press.
- Blumler, J. G. (2015). Core theories of political communication: Foundational and freshly minted. *Communication Theory*, 25(4), 426-438. <https://doi.org/10.1111/COMT.12077>
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.



- Canel, M. J., & Sanders, K. (2013). *Government communication: Cases and challenges*. Bloomsbury Academic.
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–126.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity Press.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Sage publications.
- Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1996). *What Americans know about politics and why it matters*. Yale University Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Routledge.
- Frey, L. R., Botan, C. H., & Kreps, G. L. (2000). *Investigating communication: An introduction to research methods*. Allyn & Bacon.
- Gandhi, J., & Lust-Okar, E. (2009). Elections under authoritarianism. *Annual Review of Political Science*, 12, 403–422.
- Graber, D. A., & Smith, J. M. (2005). Political communication faces the 21st century. *Journal of Communication*, 55(3), 479–507. <https://doi.org/10.1111/J.1460-2466.2005.TB02682.X>
- Grimmer, J., & Stewart, B. M. (2013). Text as data: The promise and pitfalls of automatic content analysis methods for political texts. *Political Analysis*, 21(3), 267–297.



- Gunitsky, S. (2015). Corrupting the cyber-commons: Social media as a tool of autocratic stability. *Perspectives on Politics*, 13(1), 42–54.
- Gutmann, A., & Thompson, D. (1996). *Democracy and disagreement*. Harvard University Press.
- Habermas, J. (1975). *Legitimation crisis*. Beacon Press.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (2010). *News that matters: Television and American opinion*. University of Chicago Press.
- Iyengar, S., & Simon, A. F. (2000). New perspectives and evidence on political communication and campaign effects. *Annual Review of Psychology*, 51(1), 149-169.
- King, G., Pan, J., & Roberts, M. E. (2013). How censorship in China allows government criticism but silences collective expression. *American Political Science Review*, 107(2), 326–343.
- Kriesi, H. (2012). The political consequences of the financial crisis in Europe. In *The Future of the Euro*. Oxford University Press.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing*. Sage.
- Lilleker, D. G. (2020). *Political communication* (3rd ed.). Sage.
- Manin, B. (1997). *The principles of representative government*. Cambridge University Press.
- Medero, R. (2020). Democratization in Political Communication. *Political Studies Review*, 19(4), 607 - 623. <https://doi.org/10.1177/1478929920924930>
- Morgan, D. L. (1997). *Focus groups as qualitative research*. Sage.



- Norris, P. (2021). Political communication. In *The Oxford Handbook of Political Science*. Oxford University Press.
- Perloff, R. M. (2017). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century* (6th ed.). Routledge.
- Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge University Press.
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2019). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research* (4th ed.). Routledge.
- Schedler, A. (Ed.). (2013). *The politics of uncertainty: Sustaining and subverting electoral authoritarianism*. Oxford University Press.
- Scheufele, D. A. (2000). Talk or conversation? Dimensions of interpersonal discussion and their implications for democratic processes. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(4), 727–743.
- Shenhav, S. R. (2015). *Analyzing political narratives*. Routledge.
- Strömbäck, J., & Kioussis, S. (Eds.). (2011). *Political public relations: Principles and applications*. Routledge.
- Sulistijanto, A. B. (2023). *Post-discipline communication on the straight way*. *Journal of Media and Communication Science*, 6(1), 41–57.
- Sulistijanto, A. B., Bungin, B., & Haryono, C. G. (2023). *Domestication of soap opera stories: The “battle” of habitus and capital Indonesian woman scriptwriter*. In A. Ismail et al. (Eds.), *Proceedings of i-COME 2022* (pp.



335–344). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-098-5_29

- Theocharis, Y., & Jungherr, A. (2020). Computational social science and the study of political communication. *Political Communication*, 38(1-2), 1-22. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1833121>
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J.,... & Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: A challenge for democracy?. *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3-27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>
- van Dijk, T. A. (2001). Critical discourse analysis. In *The handbook of discourse analysis* (pp. 352-371). Blackwell.
- Visser, P. S., Krosnick, J. A., & Lavrakas, P. J. (2000). Survey research. In *Handbook of research methods in social and personality psychology* (pp. 223-252). Cambridge University Press.
- Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications: Design and methods (6th ed.)*. Sage publications.



GLOSARIUM

- **Adversarial:** Sikap atau hubungan yang ditandai oleh konflik atau oposisi. Dalam jurnalisme, ini merujuk pada peran media sebagai penantang kritis terhadap kekuasaan.
- **Advokasi Kebijakan:** Serangkaian tindakan komunikasi yang disengaja yang ditujukan untuk memengaruhi keputusan kebijakan publik.
- **Agora:** Istilah Yunani kuno untuk alun-alun atau pasar yang berfungsi sebagai pusat kehidupan publik, termasuk untuk debat politik.
- **Bingkai (*Frame*):** Ide pengorganisasian sentral yang memberikan makna pada peristiwa dengan menyeleksi, menonjolkan, dan menghubungkan elemen-elemen tertentu dari realitas.
- **Bingkai Episodik:** Penyajian isu dalam bentuk peristiwa tunggal atau kasus individual, yang cenderung mendorong atribusi tanggung jawab pada individu.
- **Bingkai Tematik:** Penyajian isu dalam konteks sosial atau historis yang lebih luas, yang cenderung mendorong atribusi tanggung jawab pada masyarakat atau pemerintah.
- **Debat Kandidat:** Sebuah acara, biasanya disiarkan di televisi, di mana para kandidat untuk sebuah jabatan politik berdebat tentang isu-isu.
- **Deepfake:** Teknologi AI yang digunakan untuk membuat video atau audio palsu yang sangat realistis, seringkali dari tokoh publik.



- **Demokrasi Deliberatif:** Sebuah model demokrasi yang menekankan pentingnya debat publik yang rasional dan inklusif sebagai dasar legitimasi keputusan politik.
- **Diplomasi Publik:** Upaya yang disponsori pemerintah untuk berkomunikasi dengan publik di negara lain untuk menginformasikan, melibatkan, dan memengaruhi opini agar mendukung tujuan kebijakan.
- **Disintermediasi:** Proses di mana aktor (seperti politisi) dapat berkomunikasi secara langsung dengan audiens (publik) tanpa melalui perantara tradisional (seperti media massa).
- **Disiplin Pesan (*Message Discipline*):** Praktik di mana seorang politisi dan timnya secara konsisten mengulangi serangkaian poin pembicaraan inti untuk menanamkan narasi mereka ke publik.
- **Editorial:** Sebuah artikel di surat kabar atau majalah yang menyajikan opini resmi dari dewan redaksi atau penerbit.
- **Efek CNN:** Teori bahwa liputan media global yang emosional tentang krisis kemanusiaan dapat memaksa pemerintah untuk melakukan intervensi.
- **Etnosentrisme:** Kecenderungan untuk menilai budaya lain berdasarkan standar budaya sendiri dan menganggap budaya sendiri lebih unggul.
- **Ethos, Pathos, Logos:** Tiga pilar persuasi menurut Aristoteles. *Ethos* merujuk pada kredibilitas pembicara, *pathos* pada daya tarik emosional, dan *logos* pada argumen logis.
- **False Balance (Keseimbangan Palsu):** Praktik jurnanisme di mana dua sisi dari sebuah argumen disajikan sebagai setara, padahal salah satu sisinya didukung oleh bukti yang jauh lebih kuat.



- **Fragmentasi Media:** Pecahnya audiens media massa menjadi banyak ceruk atau kelompok kecil, yang seringkali mengonsumsi media yang berbeda-beda.
- **Gatekeeping (Penjaga Gerbang):** Proses seleksi oleh media (jurnalis, editor, algoritma) yang menentukan informasi mana yang akan menjadi berita dan disebarkan kepada publik.
- **Going Public:** Strategi di mana seorang pemimpin eksekutif mengajukan permohonan dukungan kebijakan secara langsung kepada publik untuk memberikan tekanan pada legislator.
- **Hard Power:** Kemampuan untuk memengaruhi orang lain melalui paksaan atau pembayaran, biasanya menggunakan kekuatan militer atau ekonomi.
- **Hiperkonektivitas:** Keadaan di mana individu terus-menerus terhubung dengan informasi dan satu sama lain melalui perangkat digital.
- **Iklim Opini:** Persepsi kolektif tentang opini mana yang dominan, sedang naik daun, atau dapat diterima secara sosial dalam suatu populasi.
- **Jurnalisme Investigasi:** Bentuk jurnalisme mendalam di mana reporter menyelidiki satu topik secara ekstensif untuk mengungkap korupsi, skandal, atau kesalahan.
- **Kamar Gema (*Echo Chamber*):** Lingkungan informasi di mana seseorang hanya terpapar pada keyakinan atau opini yang serupa dengan opininya sendiri, sehingga memperkuat pandangan yang sudah ada.
- **Kelompok Kepentingan:** Organisasi yang berusaha memengaruhi kebijakan publik untuk memajukan kepentingan spesifik anggotanya.



- **Kode Etik Jurnalistik (KEJ):** Seperangkat prinsip dan pedoman moral yang mengatur perilaku profesional jurnalis.
- **Komunikasi Antarbudaya:** Proses komunikasi antara orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda.
- **Komunikasi Politik:** Proses produksi, penyebaran, dan pemrosesan informasi yang disengaja di antara aktor politik, media, dan publik, yang memiliki konsekuensi terhadap pelaksanaan kekuasaan.
- **Konsentrasi Kepemilikan Media:** Situasi di mana segelintir perusahaan besar menguasai sebagian besar pasar media.
- **Konsultan Politik:** Seorang profesional yang disewa untuk memberikan nasihat strategis tentang berbagai aspek komunikasi politik dan kampanye.
- **Konteks Tinggi/Rendah:** Kerangka kerja yang membedakan budaya berdasarkan seberapa banyak makna komunikasi yang bersifat eksplisit dalam kata-kata (konteks rendah) versus implisit dalam konteks (konteks tinggi).
- **Lobi:** Upaya untuk berkomunikasi secara langsung (lobi langsung) atau melalui mobilisasi publik (lobi akar rumput) dengan pembuat kebijakan untuk memengaruhi keputusan mereka.
- **Logika Media (*Media Logic*):** Norma dan format penyajian berita yang mengutamakan personalisasi, dramatisasi, dan konflik untuk menarik audiens.
- **Manajemen Citra (*Image Management*):** Proses strategis untuk mengontrol bagaimana seorang individu atau organisasi dirasakan oleh publik.
- **Manipulasi:** Penggunaan persuasi dengan cara menipu atau memaksa, seringkali dengan menyembunyikan tujuan sebenarnya atau menyajikan informasi yang salah.



- **Metodologi Kualitatif:** Pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang makna dan konteks melalui metode seperti wawancara, observasi, dan analisis teks.
- **Metodologi Kuantitatif:** Pendekatan penelitian yang berfokus pada pengukuran numerik dan analisis statistik untuk mengidentifikasi pola dan hubungan sebab-akibat dalam skala besar.
- **Mikronargeting:** Penggunaan analisis data pemilih yang detail untuk mengidentifikasi dan menargetkan segmen populasi yang sangat kecil dengan pesan yang dipersonalisasi.
- **Narasi Geopolitik:** Cerita besar yang diceritakan oleh sebuah negara tentang dirinya dan perannya di dunia untuk melegitimasi tindakannya.
- **Objektivitas:** Prinsip jurnalisme yang menekankan pada peliputan yang tidak memihak, faktual, dan adil. Dalam praktik modern, sering diartikan sebagai komitmen pada metode verifikasi.
- **Pemimpin Opini (*Opinion Leader*):** Individu dalam jaringan sosial yang secara informal memengaruhi orang lain dengan menyaring, menafsirkan, dan menyebarkan informasi dari media massa.
- **Penentuan Agenda (*Agenda-Setting*):** Teori yang menyatakan bahwa media massa memengaruhi persepsi publik tentang pentingnya suatu isu dengan tingkat penekanan dalam liputan mereka.
- **Penekanan (*Salience*):** Tingkat di mana suatu isu atau atribut menonjol atau mudah diakses dalam pikiran seseorang.



- **Polarisasi Afektif:** Peningkatan ketidaksukaan dan ketidakpercayaan emosional terhadap anggota kelompok politik lawan, terlepas dari perbedaan kebijakan.
- **Propaganda:** Penyebaran informasi yang sistematis dan disengaja, seringkali bersifat bias atau menyesatkan, untuk memajukan suatu tujuan.
- **Ruang Publik (*Public Sphere*):** Sebuah arena konseptual dalam kehidupan sosial di mana individu dapat berkumpul untuk berdiskusi secara bebas tentang masalah-masalah bersama dan membentuk opini publik.
- **Soft Power:** Kemampuan untuk memengaruhi orang lain dan mendapatkan hasil yang diinginkan melalui daya tarik daripada paksaan.
- **Sound Bite:** Kutipan video atau audio yang sangat singkat dari pidato atau wawancara yang dipilih untuk dimasukkan dalam siaran berita.
- **Spin:** Bentuk persuasi yang melibatkan interpretasi bias dari sebuah peristiwa untuk menciptakan kesan yang menguntungkan.
- **Spiral Keheningan:** Proses di mana individu yang merasa opininya berada di pihak minoritas cenderung diam karena takut isolasi, yang membuat pandangan mayoritas tampak lebih kuat daripada yang sebenarnya.
- **Stereotip:** Generalisasi yang berlebihan dan terlalu disederhanakan tentang karakteristik sekelompok orang.
- **Teori Aliran Dua Tahap (*Two-Step Flow Theory*):** Model yang menyatakan bahwa pengaruh media mengalir dalam dua tahap: dari media ke pemimpin opini, dan dari pemimpin opini ke populasi yang lebih luas melalui komunikasi interpersonal.



- **Teori Jarum Hipodermik (*Hypodermic Needle Theory*):** Model efek media awal yang mengasumsikan media memiliki pengaruh langsung, kuat, dan seragam pada audiens yang pasif.
- **Warga Negara Digital:** Individu yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (terutama internet) untuk keterlibatan sipil dan politik.
- **Watchdog (Anjing Penjaga):** Peran metaforis media dalam mengawasi tindakan pemerintah dan mereka yang berkuasa untuk melindungi kepentingan publik.





PROFIL PENULIS



KPH. DR. H. Andi Budi Sulistijanto, S.H., M.Ikom., CIQaR, CIQnR merupakan penulis buku **COMMUNICATION AND ORGANIZATION THEPTY** yang menjelaskan tentang Perspektif kritis, modern, dan Poastmodern di era poscritical menempuh Pendidikan, dimulai dari SDN DR.Soetomo II Surabaya lulus tahun 1983, dilanjutkan di SMPN 25 Surabaya lulus tahun 1986, kemudian penulis menyelesaikan Pendidikan di SMAN 2 Surabaya yang lulus tahun 1989 hingga mengikuti perkuliahan S.1 Fakultas Hukum di Universitas Airlangga Surabaya tahun 1995.

Tak sampai disitu, penulis, Kembali melanjutkan pendidikannya di Universitas Mercu Buana Jakarta hingga mendapat predikat S2 Cumlaude Magister Ilmu Komunikasi tahun 2013, kemudian penulis melanjutkan Pendidikan di Universitas Sahid Jakarta hingga berhasil mendapatkan gelar S3 Cumlaude Doktoral Ilmu Komunikasi tahun 2017, dan sejak tahun 2022 penulis sedang menyelesaikan P.hD di Universitas Utara Malaysia.

Selain buku **COMMUNICATION AND ORGANIZATION THEPTY**, penulis juga telah berhasil menyelesaikan beberapa buku sebelumnya, diantara berjudul: **KOMUNIKASI POLITIK JOKOWI, POLITIK KERJA**



JOKOWI dan PRABOWO SUBIANTO: MENDAYUNG PERAHU MENGGAPAI ISTANA.

Penulis selain tekun di dunia akademis, juga dikenal aktif di dunia sosial budaya Masyarakat hingga dipercaya menduduki jabatan bergengsi di setiap organisasi, diantara, sejak taun 2018 hingga sekarang, penulis dipercaya menjadi bendahara Umum Asosiasi Peneliti Kualitatif, tahun 2020 hingga sekarang dipercaya sebagai ketua Yayasan Forum Indonesia Maju Berbudaya, Tahun 2021 hingga sekarang dipercaya sebagai Sekretaris Jenderal DPP IRMLA.

Selain itu, penulis sejak tahun 2021 hingga sekarang juga menjabat sebagai Komisaris PT.Paku Mas Indonesia, dan sejak tahun 2022 hingga sekarang, penulis dipercaya sebagai Ketua Yayasan Forum Doktor Komunikasi Indonesia serta sejak tahun 2022 hingga sekarang menjabat sebagai dewan Pembina redaksi media cetak dan harian online suarakpk.

Pada tahun yang sama, 2022 hingga sekarang penulis juga menjabat sebagai Pembina Gerakan Generasi Pancasila.

Tahun 2023 hingga sekarang, penulis resmi menjadi dosen tetap FIKOM Universitas Ciputra Surabaya dan tahun 2025 hingga sekarang, penulis dipercaya sebagai komisaris PT Citra Wasphtowa.

Pesan penulis, dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah dapat menyelesaikan Buku COMMUNICATION AND ORGANIZATION THEPTY yang menjelaskan tentang Perspektif kritis, modern, dan Poastmodern di era poscritical semoga karya tersebut dapat menjadi bahan ajar di semua jaman.



ANATOMI KOMUNIKASI POLITIK

Dalam kehidupan politik kontemporer, komunikasi tidak lagi sekadar sarana penyampaian pesan, melainkan telah menjadi elemen strategis yang memengaruhi pembentukan opini publik, legitimasi kekuasaan, serta arah kebijakan dalam masyarakat. Melalui media massa, media sosial, pidato politik, kampanye, hingga berbagai simbol politik, pesan-pesan politik terus diproduksi, disebarkan, dan ditafsirkan oleh publik. Oleh karena itu, memahami komunikasi politik menjadi penting agar masyarakat tidak hanya menjadi penerima pesan secara pasif, tetapi juga mampu menilai, menganalisis, dan memahami bagaimana pesan tersebut dibangun serta tujuan yang melatarbelakanginya.

Buku ini dirancang terutama sebagai bahan ajar bagi mahasiswa ilmu komunikasi, namun juga diharapkan bermanfaat bagi praktisi komunikasi, pengamat politik, maupun masyarakat umum yang tertarik memahami proses komunikasi dalam dunia politik. Materi dalam buku ini disusun secara bertahap mulai dari konsep dasar komunikasi politik, teori efek media, aktor-aktor dalam komunikasi politik, peran media massa dan media baru, analisis pesan politik, hingga isu-isu kontemporer seperti disinformasi, hoaks, serta komunikasi krisis politik. Dengan pendekatan ini, pembaca diharapkan dapat melihat komunikasi politik tidak hanya sebagai praktik persuasif, tetapi juga sebagai fenomena sosial yang kompleks yang memengaruhi kualitas demokrasi dan kehidupan publik.



PENERBIT KBM INDONESIA
Anggota IKAPI
0813 5751 7526 / 0353 3234 874
Kantor : Maguwoharjo, Depok, Sleman-Yogyakarta

@penerbitbukujogja

@penerbit.kbm

ISBN 978-634-278-286-6



9

786342

782866