



## **ETIKA DAN EFEK KOMUNIKASI POLITIK PADA PEMILU DI INDONESIA**

**Wendi Maulana, Resi Anisa, Rio Surya Darmawan , Sarah Silpia  
Rahmawati, Syifa Atqiyatun Nisa**

*Mahasiswa Jurusan Hukum Tata Negara, Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN  
Sunan Gunung Djati Bandung*

*\*Correspondence: wendimaulana965@gmail.com*

*Received: Maret 2023; Accepted: Mei 2023; Published: Mei 2023*

### **Abstract**

Ethics and the Effects of Political Communication on Elections in Indonesia is a very comprehensive and very broad discussion and does not only discuss how to understand the basics but we will try to understand and implement it internally to gain power and political goals. In making this journal, library research became the research method chosen by the author, namely by utilizing existing sources in the library to obtain research data. Besides that, to make writing easier for this journal, the method of content analysis is the choice used by the author, who focuses on reading and examining the contents of the source to be studied, which is also used as a reference for making this journal. In communication, you really need something called ethics for the purposes and objectives to be conveyed in communicating. In the context of parliamentary elections, political communication plays a very important role. The role of political communication in elections, for example: First, Increase the number of people who are interested in and follow the message conveyed by the people's

representatives. Second Increasing the followers of political communicators increases the vote in elections. Third Adding followers and the number of people that can be formed through the opinions formed by political communicators. Fourth Expanding sympathy for the performance in the vision and mission of the candidates participating in the election. And finally, fifth, as a medium for socializing candidacy as a people's representative. Communication is the main key to general elections, people's representatives who want to run for office must communicate well and be sure that this communication is called political communication.

**Keywords :** Political Ethics, Political Communication, Election.

### **Abstrak**

Etika dan Efek Komunikasi Politik Pada Pemilu di Indonesia merupakan bahasan yang sangat komprehensif dan sangat luas dan tidak hanya membahas bagaimana pada pemahaman dasar akan tetapi kita akan mencoba untuk memahami dan mengimplementasikan secara internal untuk meraih kekuasaan serta tujuan politik. Dalam pembuatan jurnal ini studi kepustakaan (*library research*) yang menjadi Metode penelitian yang dipilih oleh penulis, yakni dengan memanfaatkan sumber yang ada di perpustakaan guna memperoleh data penelitian. Disamping itu untuk mempermudah penulisan jurnal ini metode analisis isi (*content analysis*) menjadi pilihan yang digunakan oleh penulis, yang berfokus pada membaca dan mencermati isi dari sumber yang akan diteliti juga dijadikan referensi pembuatan jurnal ini. Dalam komunikasi, sangat memerlukan yang namanya etika guna maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dalam berkomunikasi tersampaikan. Dalam konteks pemilihan parlemen, komunikasi politik memegang peranan yang sangat penting. Peran komunikasi politik dalam pemilu misalnya: Pertama, Meningkatkan jumlah orang yang tertarik dan mengikuti pesan yang telah disampaikan oleh wakil rakyat. Kedua Meningkatkan pengikut dari komunikator politik meningkatkan suara dalam pemilihan umum. Ketiga Menambah pengikut dan jumlah orang yang dapat dibentuk melalui opini yang dibentuk oleh komunikator politik. Keempat Memperluas simpati akan kinerja dalam visi misi calon peserta pemilu. Dan terakhir yang kelima Sebagai media untuk sosialisasi pencalonan sebagai wakil rakyat. Komunikasi adalah kunci utama pemilihan umum, wakil rakyat yang ingin mencalonkan diri harus berkomunikasi dengan baik juga meyakinkan yang mana komunikasi ini disebut komunikasi politik.

**Kata Kunci :** Etika Komunikasi, Komunikasi Politik, Pemilu.

## PENDAHULUAN

Etika dan Efek Komunikasi Politik Pada Pemilu di Indonesia merupakan bahasan yang sangat komprehensif dan sangat luas dan tidak hanya membahas bagaimana pada pemahaman dasar akan tetapi kita akan mencoba untuk memahami dan mengimplementasikan secara internal untuk meraih kekuasaan serta tujuan politik, namun juga bagaimana memahami serta membangun sistem yang sedang berjalan dan mampu bertahan serta dialih generasikan. Dan dalam kegiatan sehari-hari pun kita bisa tahu bagaimana mempelajari komunikasi ini bisa digunakan dalam upaya mempengaruhi bangsa lain untuk memperoleh tujuan politiknya atau seminimalnya untuk tahu cara bagaimana kekuasaan itu dapat di dapatkan. Hingga sampai pada pemahaman klimaks dimana peran pentingnya sumbangsih Etika dan Efek Komunikasi Politik pada Pemilu di Indonesia untuk memahami beberapa tingkah pejabat dari etika dan dampak politiknya dari sebuah komunikasi.

Seyogianya aktivitas komunikasi dilakukan untuk mensukseskan agenda besar hajat demokrasi lima tahunan pemilihan umum. Di tahun yang sudah mulai pada tahun politik agenda kampanye akan segera di mulai dengan di tandainya para calon blusukan ke berbagai plosok daerah. Dalam kegiatan kampanye para calon lebih memilih mengadakan hiburan joget-joget dan berbagi amplop. Seharusnya kegiatan kampanye adalah ajang untuk bisa melahirkan embrio pemimpin yang berkualitas lewat pemaparan visi misi calon pemimpin serta mengajak masyarakat aktif berpartisipasi dalam politik. Hal ini menjadi bagian sorotan dalam Etika dan Efek Komunikasi Politik Pada Pemilu di Indonesia.

Maka dari itu artikel ini fokus membahas tentang Etika dan Efek Komunikasi Politik pada Pemilu di Indonesia, dengan tujuan agar bisa memberi pengetahuan kepada pembaca khususnya penulis terkait judul yang diambil, harapannya semoga dari adanya penulisan jurnal ini dapat memberikan sebuah manfaat yang luar biasa kepada pembaca hingga menjadi ilmu yang berkah. Dalam hal ini Penulis sangat mengharapkan adanya suatu kritik dan saran yang sekiranya dapat membangun hingga terhadap tulisan artikel jurnal ini bisa lebih baik kedepannya.

Dalam pembuatan jurnal ini studi kepustakaan (*library research*) yang menjadi Metode penelitian yang dipilih oleh penulis, yakni dengan memanfaatkan sumber yang ada di perpustakaan guna memperoleh data penelitian, dengan melakukan pembedahan dan pengkajian pada berbagai sumber yang erat kaitannya dengan judul yang dikaji dalam jurnal ini. Studi pustaka itu sendiri adalah rangkaian beberapa kegiatan dimana berhubungan dengan adanya sebuah metode atau cara pengumpulan data pustaka, dimana disini penulis membaca dan mencatat bahkan juga mengolah beberapa bahan penelitian yang ada misalnya seperti ; buku, jurnal, dokumen, dan literasi dari media cetak atau elektronik juga informasi pendukung yang sekiranya relevan dengan penulisan artikel ini.

Penelusuran ini dilakukan dengan membaca berbagai sumber yang manual maupun digital lewat website dan file. Disamping itu untuk mempermudah penulisan jurnal ini metode analisis isi (*content analysis*) menjadi pilihan yang digunakan oleh penulis, yang berfokus pada membaca dan mencermati isi dari sumber yang akan diteliti juga dijadikan referensi pembuatan jurnal ini yang akhirnya bisa memberi kemudahan di dalam menuangkan statement atau gagasan berkaitan dengan judul yang diambil oleh penulis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Etika dan Efek Komunikasi Politik**

Dalam bahasa Yunani asal kata etika “ethos” sama artinya dengan “custom” yakni suatu kebiasaan berhubungan dengan perangai manusia atau kepribadian manusia. Etika (ethics) adalah serangkaian cara untuk menentukan apakah suatu perilaku atau tindakan itu benar atau salah. Pengambilan keputusan moral dicirikan oleh etika (Shahreza, n.d.-a), dan penentuan benar atau salah dipengaruhi oleh aturan dan hukum masyarakat (living law). Maka etika itu berhubungan dengan suatu hal seperti sopan santun dan moral, dimana seseorang akan belajar bagaimana berlaku baik dan mengembangkan nilai-nilai kehidupan yang baik. Masyarakat juga dapat belajar bertanggung jawab, menjunjung tinggi nilai kehidupan, dan mengutamakan nilai kemanusiaan melalui etika (Sari, 2020).

Dalam komunikasi, sangat memerlukan yang namanya etika guna maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dalam berkomunikasi tersampaikan dengan cara yang baik dan lawan komunikasi menerimanya dengan senang, yang dengan itu juga guna terjalinnya komunikasi yang harmonis. Etika harus dibangun dalam komunikasi karena merupakan norma atau nilai yang merupakan hasil kesepakatan manusia yang kemudian dijadikan pandangan dan pedoman perilaku, penting untuk memahami dan mengetahui etika untuk menjalani kehidupan sosial. Maka, etika dalam berkomunikasi itu perlu memperhatikan antara lain ; menjaga perilaku yang tepat, menjadi efektif dan efisien, dan menghormati satu sama lain adalah hal terpenting (Sari, 2020).

Setiap orang menggunakan simbol atau kode untuk menciptakan dan menafsirkan setiap makna dalam masyarakat sebagai bagian dari komunikasi, yang juga merupakan bagian dari proses sosial. Dalam komunikasi dikenal Lima (5) terminologi antara lain : sosial, prosedur, simbol, makna dan lingkungan ; satu (1), Komunikasi social, komunikasi dimana satu orang berinteraksi dengan orang lain yang dikenal sebagai komunikasi sosial. Artinya, informasi yang ada selalu dikirimkan atau diterima oleh satu orang atau lebih dalam berkomunikasi. Dari sudut pandang sosial, komunikasi melibatkan dua orang atau lebih yang berinteraksi dengan berbagai keinginan, motivasi dan keterampilan. Dua (2), Komunikasi prosedur (process), artinya komunikasi itu sifatnya kontinyu dan berkesinambungan. Komunikasi itu dinamis, tidak statis,

serta selalu bertransformasi. Tiga (3), Komunikasi sebagai simbol (symbol) maksudnya ialah sebuah karakter atau tipologi yang merepresentasi sebuah fenomena atau organisasi. Misalnya, konsep dan benda dirujuk dengan kata simbol, gagasan sayang diwakili oleh kata sayang; kendaraan yang kita kendarai dideskripsikan dengan motor. Empat (4), Makna, pengertian komunikasi sangat bergantung pada makna. Makna berasal dari orang lain, khususnya dari pesan. Pesan tersebut juga tidak memiliki makna tunggal pada bagian episode komunikasi, sebaliknya itu malah memiliki banyak arti. Menurut Judith Martin dan Tom Nakayama (2002) makna dapat mempengaruhi budaya. Misalnya ; biasanya Orang Amerika tidak menyukai hari pertama dalam seminggu yaitu Senin, namun mereka menyukai hari Jumat. Lima (5), Lingkungan (environment), mengacu pada keadaan di mana komunikasi biasanya terjadi di lingkungan yang mencakup komponen sebagai berikut ; waktu, tempat, jangka waktu, hubungan, dan budaya latar belakang pembicara dan pendengar. Lingkungan bisa dikorelasikan, maksudnya, komunikasi dapat terjadi dengan adanya support dari teknologi. Misalnya; komunikasi yang difasilitasi oleh media seperti: email, WhatsApp, Instagram atau internet (Shahreza, n.d.-a).

Komunikasi politik itu sendiri adalah komunikasi yang ditujukan untuk memberikan pengaruh dengan sedemikian rupa hingga problematika yang dibicarakan dalam bentuk kegiatan komunikasi ini mampu menyatukan semua warga negaranya melalui adanya sebuah sanksi yang sudah ditetapkan dengan sebuah kesepakatan dari lembaga-lembaga politik. Menurut pendapat Rusadi Kantaprawira beliau menghubungkan komunikasi politik dengan kegunaannya khususnya untuk menghubungkan pemikiran-pemikiran politik yang ada dalam masyarakat dengan kehidupan politik pemerintahan (Shahreza, n.d.-b). Pemikiran politik ini bisa berupa pemikiran intra-kelompok, institusi, asosiasi, atau sektor kehidupan politik masyarakat. Maka, setiap pola pemikiran, gagasan, atau upaya untuk memberikan pengaruh semua itu dapat dilakukan dengan sebuah komunikasi sebab semuanya harus ada yang menyampaikan dan harus ada yang disampaikan, hingga saat menerima komunikasi disitulah terjadi proses komunikasinya. Disimpulkan bahwa komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan politik, juga aktor politik, serta kekuasaan, pemerintah, dan kebijakan, atau adanya komunikasi antar yang memerintah dengan yang diperintah (Dr. Umaimah Wahid, 2016).

Pada hakekatnya Komunikasi politik merupakan topik yang sangat luas yang tidak hanya mencakup bagaimana komunikasi dapat dimanfaatkan secara internal untuk meraih kekuasaan serta tujuan politik, namun juga bagaimana sistem yang sedang berjalan mampu bertahan dan dialih generasikan. Dan dalam kegiatan keluarnya bagaimana komunikasi ini bisa digunakan dalam upaya mempengaruhi bangsa lain untuk memperoleh tujuan politiknya atau seminimalnya untuk menjalin hubungan mutualisme antara dua negara atau lebih yang mengadakan komunikasi. Hingga fungsi dari komunikasi politik adalah perwujudan negara yang stabil yang terhindar dari faktor-faktor yang

tidak menguntungkan yang mengganggu integritas nasional. Dan untuk hubungan individu dan kerangka kerja politik, korespondensi politik berfungsi sebagai perpanjangan antara dua hal tersebut keutuhan politik yang bergantung pada keberlangsungan suatu sistem pada ruang lingkup negara (Hamad, 2008).

Komunikasi politik memiliki unsur – unsur yakni : *Satu*, Komunikator politik atau pembicara yakni seseorang yang mampu memberikan informasi yang didalamnya terdapat makna politik. Seperti halnya presiden, menteri, anggota parlemen, politisi serta kelompok pengkritik yang memberikan pengaruh terhadap jalannya pemerintahan. *Dua*, Pesan politik adalah setiap ucapan, baik tertulis maupun tidak, tersembunyi atau terbuka, dikomunikasikan secara sadar atau tidak sadar, yang isinya mengandung pesan politik. *Tiga*, Media politik, sebagai alat yang digunakan oleh komunikator untuk memberikan informasi politik. *Empat*, Target politik, yang dimaksud disini adalah masyarakat umum yang mendukung partai politik atau kandidat dalam pemilihan umum melalui pemungutan suara. *Lima*, Efek komunikasi politik, dimana harapan untuk terwujudnya pemahaman mengenai sebuah sistem pemerintahan dan juga pengetahuan mengenai partai politik, partisipasi politik yang aktif dari masyarakat yang mempengaruhi dalam pemungutan suara dalam pemilihan umum (Amanu & Evanne, n.d.).

Untuk etika dalam komunikasi politik dapat dianalisis mulai dari perspektif pembicara, isi, dampak, dan umpan balik komunikator. Dalam komunikasi politik perlu adanya pilihan terbuka agar publik dapat mengetahui polemik seperti apa yang harus disembunyikan tujuannya untuk mengatasi kekhawatiran yang berujung pada polemik hingga kecemasan masal. Lima komponen etika komunikasi politik diatas menjadi hal yang penting dan mesti diperhatikan saat melakukan komunikasi politik. Pada intinya komunikasi politik itu harus dilakukan dengan benar artinya dalam melakukan komunikasi politik yang disampaikan hendaklah alami dan tulus sehingga dapat dipahami oleh semua kalangan. Sulit untuk membedakan antara niat politik asli dan fiktif karena komunikasi politik tidak dapat dipisahkan dari situasi atau dari pencitraan. Aktor politik atau komunikator politik menentukan arah kebijakan otoritas pemegang kekuasaan untuk mewujudkan tujuan politik yakni kesejahteraan bagi rakyat, dengan cara mengkomunikasikan isu-isu politik terkini, yang hal ini akan menentukan substansi politik (Tabroni, n.d.).

Menurut pandangan Ibnu Sina bahwa etika komunikasi politik itu bergantung pada komunikator nya sebagai aktor juga subjek dari etika, sebab komunikator politik ini sebagai seorang yang memulai dan memunculkan pesan komunikasi terkait niat dan tujuan sang komunikator. Komunikator politik atau politisi yang signifikan di bidang ini, khususnya dalam proses mempengaruhi opini publik (Shahreza, n.d.-a). karena sebagian besar kegiatan politik memerlukan kata, bahasa, dan intonasi sekalipun, yang dengan ini komunikasi sangat penting untuk mencapai tujuan politik. Maka etika

komunikasi politik yang dimaksud oleh Ibnu Sina adalah ; *Pertama* adalah komunikatornya, komunikator disini ialah seseorang yang jujur, baik hati kepada siapapun terutama diri sendiri, jujur dari yang telah diniatkan dari hati, yang diucapkan dengan lisan dan yang dilakukan dengan perbuatan semuanya mesti sesuai, hingga setiap tindakan yang dilakukan harus tulus dan murni tanpa direkayasa. *Kedua*, pesan, maksud pesan disini ialah sesuatu yang akan disampaikan kepada orang lain harus mengandung informasi yang benar dan berlandaskan pada etika serta sesuai realita yang ada. Dalam komunikasi pesan yang disampaikan haruslah tepat sasaran artinya pesan jelas disampaikan dan diterima oleh orang yang seharusnya, pesan yang disampaikan pun atas dasar kebenaran, ketepatan, kesesuaian antara kondisi atau keadaan sebenarnya yang dikomunikasikan, konsistensi informasi yang sebenarnya, dan tidak dibebani dengan data atau informasi yang tidak relevan. *Ketiga*, saluran media artinya dalam berkomunikasi untuk menyampaikan sesuatu harus dijaga dan tidak boleh diubah maksudnya amanah dalam menyampaikan pesan. Saluran berfungsi sebagai media untuk transmisi pesan antara komunikator yang membuat pesan dan komunikan yang menafsirkan pesan. yang mana pesan yang akan disampaikan nantinya haruslah dapat dipercaya tanpa diubah substansinya. *Keempat*, khalayak maksudnya ialah publik atau rakyat yang akan menerima pesan dimana masyarakat atau individu ini menjadi cerdas dalam berpikir dan berperilaku, partisipasi mereka juga meningkat sebab berita atau pesan yang disuguhi dan diterima oleh khalayak adalah pesan positif dan benar adanya sesuai fakta, serta adil dan bijaksananya seorang pemimpin membuat kenyamanan dan kesejahteraan bagi rakyat. Artinya pesan yang disampaikan hendaknya jangan membodohi khalayak namun malah mencerdaskan publik. *Kelima*, efek yang merupakan dampak komunikasi seorang komunikator politik. Oleh karena itu, agar pesan memberikan efek positif bagi penerimanya perlu disampaikan secara efektif dan tepat (Shahreza, n.d.-a).

Pentingnya sebuah etika dalam komunikasi hal ini berdasarkan teori sosialisasi pesan politik dimana Krech menyebutkan dua poin penting dalam sebuah proses komunikasi yaitu ; satu, kesamaan individual dari segi aspek cognitions, kehendak, dan tingkah laku (sikap). Dua, bahasa yang dalam hal ini menjadi simbol komunikasi karena mencakup kata-kata dan kata-kata ini sebagai alat kontrol perilaku pribadi seseorang juga perilaku orang lain. Teori ini secara jelas mengatakan bahwa proses sosialisasi politik itu merangkum aspek-aspek bagaimana seseorang mempelajari dunia politik, lembaga politik, juga bagaimana individu itu bersikap atau berperilaku terhadap politik tertentu. Maka pentingnya sosialisasi politik karna memuat bagaimana kita harus beretika saat melakukan komunikasi politik, kemudian pesan yang ada di komunikasi politik sangat berpengaruh bagi masyarakat yang akan melakukan proses pembelajaran politik, dan juga aktivitas politik memiliki efek politik yang bagus tergantung etika komunikasi politiknya. Intinya keseimbangan bagaimana komunikator politik menyampaikan pesan kepada komunikan atau

masyarakat umum melalui saluran yang adil dan seimbang merupakan etika komunikasi politik, kemudian juga tidak manipulatif dan tanpa ada tendensi kepentingan individu atau golongan tertentu. Maka memperbaiki komunikasi politik lebih baik memahami terlebih dahulu etika komunikasi politik.

Dalam unsur komunikasi politik diatas disinggung mengenai bahwa salah satu unsur esensial dalam komunikasi adalah efeknya. Tujuan dari komunikasi sendiri memberikan pengaruh atau efek terhadap informasi yang diberikan. Adanya suatu perubahan dari penerima pesan komunikasi merupakan efek komunikasi, yang kemudian dikategorikan menjadi :

1. Kognisi yang Relevan (Pikiran/Gagasan) pengetahuan tentang sesuatu. pesan komunikasi memberikan informasi dan fakta / ide sendiri
2. Emosional (emosional), berkaitan dengan sikap sesuatu. Pesan komunikasi mengubah emosi/ cara memikirkan sesuatu.
3. Positif (termotivasi), terkait tindakan sesuatu. pesan komunikasi yang inspiratif mengarahkan keinginan untuk mencipta/melakukan sesuatu.

Maka dalam hal ini bahwa efek komunikasi politik adalah akibat yang ditimbulkan berupa berbagai bentuk pesan yang dikirimkan melalui interaksi komunikasi kepada target yaitu media dan saluran politik lainnya yang menjadi sasaran (*exposed*). Efek komunikasi itu bisa secara langsung atau tidak langsung. Efek komunikasi langsung adalah efek komunikasi yang terjadi bersamaan dengan publikasi konten media. Sebaliknya, efek tidak langsung atau tertunda adalah efek yang terjadi setelah konten media dipublikasikan di media warisan seperti media cetak atau elektronik. Dilakukannya proses komunikasi politik guna memberikan efek positif untuk komunikator dan institusi-institusi politik. Pengaruh positif dari masyarakat dan politisi merupakan hal yang penting dan menjadi indikator keberhasilan setiap proses komunikasi politik. Efek ini sangat menentukan Perubahan pemikiran, perilaku juga sikap seseorang berkenaan dengan pesan yang disampaikan. Jika pengirim pesan gagal mencapai efek positif, termasuk penggunaan media yang tepat, hal ini dilakukan pada sumber pesan (Heryanto, 2010).

Menurut Nimmo komunikasi politik memiliki beberapa efek yaitu pada: **Sosialisasi politik** (belajar tentang politik), seseorang menjadi terbuka dengan politik akibat komunikasi interpersonal, organisasi, dan komunikasi massa. Ini yang disebut dengan sosialisasi politik. Kemudian, **Partisipasi politik**, Manusia berkembang dengan keyakinan, nilai, dan harapan yang relevan secara politik melalui sosialisasi politik. Kemudian transparansi dalam komunikasi politik mampu memotivasi masyarakat agar aktif berpartisipasi dalam kegiatan politik. Dan **Mempengaruhi pemberian suara**, melalui perspektif seorang komunikator politik yang telah belajar mengidentifikasi dengan simbol-simbol politik. Dirinya mengembangkan citra dirinya dalam kerangka representasi politik. Citra tersebut mempengaruhi dirinya dalam penerimaan suara. Serta **Mempengaruhi pejabat dalam pembuatan kebijakan**. Komunikasi politik selalu merupakan komunikasi dua arah antara warga dan pejabat. Kajian



komunikasi politik membahas hubungan antara opini publik dengan kebijakan pemerintah. Hal ini yang akan dijadikan landasan untuk membuat kebijakan.

Selain itu ada juga tiga poin konsekuensi atau efek dari sebuah komunikasi politik yang dijelaskan dalam sumber lain ; Poin utama *efek kognitif* dimana informasi kabar politik yang disajikan merupakan berita yang dibutuhkan orang saat dihadapi situasi yang ambigu. Poin kedua *efek afektif* maksudnya komunikasi politik itu sebenarnya lebih cenderung memberikan dan menanamkan keyakinan politik daripada nilai-nilai politik. Poin terakhir *efek partisipasi* adanya asas transparansi mampu mempengaruhi seseorang hingga secara aktif dia terlibat ke ranah politik, dan komunikasi politik pun mampu menekan adanya partisipasi politik. Perubahan sikap dan perilaku dalam proses komunikasi politik merupakan dampak dari komunikasi politik, misalnya sikap negatif masyarakat terhadap anggota DPR menimbulkan ketidakpedulian yang berujung pada golput. Perubahan perilaku berkaitan dengan hak pilih yang diberikan oleh khalayak atau masyarakat umum kepada calon yang telah berkampanye secara politik melalui media massa. Sikap dan tindakan ini menentukan apakah seorang kandidat terpilih dalam proses politik. Komunikasi politik memberikan efek berupa adanya kontribusi masyarakat dalam politik tergantung kebenaran gagasan yang disampaikan oleh pemimpin *opinion leader* (Indrawan, 2017). Lalu komunikasi politik juga mempengaruhi, memperoleh, mempertahankan, dan memperluas kekuasaan para politikus.

Keberadaan dan aktualisasi lembaga politik merupakan fungsi dari sistem politik dan terjadi dalam suatu sistem politik tertentu hal ini menandakan adanya komunikasi politik. Dalam komunikasi politik lah terjadi pertukaran pesan antar para aktor dengan pihak terkait yang memiliki kepentingan, disitulah pengaruh efek politik itu terlihat dimana masing-masing pihak berusaha mengupayakan pengaruhnya agar terpengaruh dan sesuai kehendaknya. Namun efek komunikasi politik kadang membuahkan hasil dan terkadang tidak semuanya tergantung cara aktor atau komunikator dalam beretika saat menyampaikan komunikasi politiknya. Contohnya pada tahun 2006 dan 2008 banyak demonstrasi dari mahasiswa menentang kebijakan pemerintah atas kenaikan harga BBM namun aksi tersebut tidak membuahkan hasil hingga kondisi tersebut menunjukkan gagalnya efek komunikasi politik dalam menghasilkan perubahan sosial (Amanu & Evanne, n.d.).

Efek komunikasi politik seperti pendapat umum serta akibat distribusi partisipasi politik yang dapat diukur ialah hasil pemungutan suara dalam pemilihan umum. Dimana seharusnya strategi komunikasi politik yang dipakai yakni menjaga tokoh pahlawan politik, memperluas partai, menciptakan suatu kebersamaan, serta membangun konsensus yang jelas sesuai visi, misi, dan program politik (Khoirul Muslimin, 2020). Kegiatan seperti kampanye dan pemungutan suara itu berhubungan langsung dengan pemilu dan berkaitan dengan komunikasi politik karena kegiatan tersebut merupakan sebuah usaha

dalam memberi pengaruh terhadap rakyat secara persuasif dalam retorika, relasi publik, komunikasi massa, lobby, dan lainnya. Intinya hasil pemungutan suara dalam pemilu dapat mengukur efek dari komunikasi politik itu sendiri dalam hal citra politik, pendapat umum, atau efek distribusi partisipasi politik. (Hamdan, 2001).

Efek komunikasi politik itu sendiri terkadang membuahkan hasil hingga mampu memberikan perubahan sosial, namun kadang juga tidak berhasil hingga tidak ada efek perubahan sosial yang diberikan. Contohnya saja terwujudnya komunikasi politik lewat demonstrasi, dimana demonstrasi mendapat dukungan dari media massa, seluruh elemen masyarakat hingga menghasilkan sebuah perubahan yaitu ketika adanya demonstrasi mahasiswa zaman orde lama dengan memperoleh beberapa dukungan yakni dari TNI hingga mampu memberikan perubahan dimana tumbangnya rezim Soekarno tahun 1966, dan demonstrasi yang berhasil lainnya ialah jatuhnya rezim Soeharto tahun 1998 oleh demonstrasi mahasiswa. Ini menunjukkan bahwa efek politik yang diciptakan oleh komunikasi politik itu bernilai positif dan juga negatif, menghasilkan perubahan atau tidak, semuanya tergantung pada bagaimana komunikasi itu disampaikan secara baik dan benar kepada komunikan oleh karenanya etika komunikasi politik juga sangat berperan penting terhadap sebuah efek politik nantinya.

### **Peran Komunikasi Politik Dalam Pemilu**

Komunikasi politik adalah penyampaian pesan politik dari sumber ke penerima untuk menciptakan pemahaman makna bersama (Susanto, 2013).

Suprastruktur dan infrastruktur merupakan fungsi utama dari komunikasi politik yang termasuk kedalam ruang lingkup negara. Komunikasi politik juga harus didasarkan pada kepentingan rakyat. Tujuan komunikasi politik adalah ; (1) membangun citra politik; (2) membentuk dan mempromosikan opini publik; (3) Mendorong partisipasi politik. Sedangkan pengaruh dari komunikasi politik seperti citra politik dan opini publik, serta dampak distribusi partisipasi politik terhadap hasil pemungutan suara dalam pemilihan umum. Isu-isu yang mempengaruhi komunikasi politik adalah keberadaan pemimpin politik, karakter dan kelembagaan, pemeliharaan karakter, penguatan kelembagaan, menciptakan rasa persatuan, pahami audiens Anda, buat pesan yang menarik, klasifikasi dan pemilihan media negosiasi, dan membangun konsensus (Dr. Gun Gun Heryanto, 2018).

Sebagai negara demokrasi, rakyat mestinya berpartisipasi dalam proses pengambilan suatu keputusan. Asas dari demokrasi berarti semua keputusan dibuat oleh rakyat, untuk rakyat, oleh rakyat. Masyarakat berperan besar dalam pemilihan umum. Masyarakat memiliki hak untuk mengeluarkan pendapatnya karena masyarakat sendirilah yang mengetahui keadaan yang sebenarnya. Oleh karena itu pemilihan umum menuntut rakyat untuk memilih secara langsung calon-calon pimpinan atau wakil-wakil terpilih yang sesuai

dengan visi, misi, dan cita-cita bangsa. Masyarakat memiliki pilihan untuk memilih calon pimpinan atau wakil rakyat, sehingga wakil rakyat yang ingin mencalonkan diri menggunakan berbagai cara dan strategi agar terpilih dalam pemilihan umum. Berbagai strategi dilakukan agar visi dan misi yang dianut dapat terkomunikasikan dengan baik dan masyarakat memiliki minat untuk memilih calon tertentu dalam pemilihan umum.

Komunikasi adalah kunci utama pemilihan umum, wakil rakyat yang ingin mencalonkan diri sebagai wakil rakyat harus berkomunikasi dengan baik dan meyakinkan. Komunikasi ini disebut komunikasi politik. Komunikasi politik biasanya dilakukan dengan cara berkampanye dan memanfaatkan kekuatan media seperti stiker, brosur, spanduk, dan baliho, mulai dari baliho kecil hingga baliho besar yang menghiasi jalanan. Selain itu juga ada yang memanfaatkan kekuatan media massa seperti surat kabar (Koran), diliput secara luas oleh surat kabar lokal. Integrasi kampanye di media massa elektronik, khususnya televisi, menjadi wahana yang sangat menarik untuk persaingan iklan politik (Rustandi, 2013). Kampanye pemilu menjadi bagian dari pendidikan politik rakyat dan dilaksanakan secara bertanggung jawab, harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh para calon. Pola pengorganisasian kabar baik didasarkan pada konsep komunikasi. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator. Berkomunikasi untuk tujuan membangun pemahaman bersama tentang makna. Untuk mencapai pemahaman bersama, kandidat harus memiliki pengetahuan faktual tentang kekhasan masyarakat dan keinginan serta kebutuhan masyarakatnya. Strategi komunikasi politik tidak lepas dari penciptaan dan penyampaian pesan politik, oleh karena itu komunikasi politik tidak hanya diperankan oleh partai politik, tetapi juga sangat penting bagi calon pemimpin dalam pemilu. khususnya dalam mengkomunikasikan visi, misi, ide dan gagasannya kepada publik. Komunikasi politik diperlukan untuk meraih simpati publik dalam pemilu, khususnya dalam debat publik (Rani, 2019).

Dalam konteks pemilihan parlemen, komunikasi politik memegang peranan yang sangat penting karena membuat masyarakat berpikir, yang menguntungkan pencipta dan pengirim pesan politik. Artinya, organisasi politik yang bertujuan untuk mempengaruhi massa secara politik harus berusaha untuk mengontrol ide-ide publik yang berlaku. Peran komunikasi politik dalam pemilu misalnya: Pertama, Meningkatkan jumlah orang yang tertarik dan mengikuti pesan yang telah disampaikan oleh wakil rakyat. Kedua Meningkatkan pengikut dari komunikator politik meningkatkan suara dalam pemilihan umum. Ketiga Menambah pengikut dan jumlah orang yang dapat dibentuk melalui opini yang dibentuk oleh komunikator politik. Keempat Memperluas simpati akan kinerja dalam visi misi calon peserta pemilu. Dan terakhir yang kelima Sebagai media untuk sosialisasi pencalonan sebagai wakil rakyat (Budiyono, 2016).

Penyelenggaraan pemilihan umum membutuhkan inovasi atau terobosan positif dari setiap calon anggota parlemen yang dapat bermanfaat bagi masyarakat. Melalui komunikasi antar caleg yang representatif, masyarakat akan dapat lebih memahami masing-masing caleg (Anshori, 2019). Sehingga dengan begitu inovasi calon wakil rakyat yang menyampaikan visi misinya berpengaruh terhadap hasil pemilihan umum itu sendiri.

## **Kesimpulan**

Komunikasi memerlukan etika agar maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan lawan komunikasi menerimanya dengan senang sehingga terjalinnya komunikasi yang harmonis. Komunikasi politik itu sendiri adalah komunikasi yang mengarah pada suatu pencapaian dari pengaruh yang sedemikian rupa hingga problematika yang dibahas dalam jenis kegiatan komunikasi ini mampu mengikat semua warga negaranya melalui adanya sebuah sanksi yang telah ditentukan dengan kesepakatan oleh lembaga-lembaga politik. Menurut pandangan Ibnu Sina bahwa etika komunikasi politik itu bergantung pada komunikator nya sebagai aktor juga subjek dari etika, sebab komunikator politik ini sebagai seorang yang memulai dan memunculkan pesan komunikasi terkait niat dan tujuan sang komunikator. Efek komunikasi politik itu sendiri terkadang membuahkan hasil hingga mampu memberikan perubahan sosial, namun kadang juga tidak berhasil hingga tidak ada efek perubahan sosial yang diberikan.

Sebagai negara demokrasi, rakyat mestinya berpartisipasi dalam proses pengambilan suatu keputusan. Asas dari demokrasi berarti semua keputusan dibuat oleh rakyat sehingga masyarakat memiliki hak untuk memilih calon pimpinan atau wakil rakyat, sehingga wakil rakyat yang ingin mencalonkan diri harus menggunakan berbagai cara dan strategi agar terpilih dalam pemilihan umum. Komunikasi adalah kunci utama pemilihan umum, wakil rakyat yang ingin mencalonkan diri harus berkomunikasi dengan baik juga meyakinkan yang mana komunikasi ini disebut komunikasi politik. Adapun komunikasi politik biasanya dilakukan dengan cara berkampanye dan memanfaatkan kekuatan media. Penyelenggaraan pemilihan umum membutuhkan inovasi dari setiap calon anggota parlemen dengan melalui komunikasi antar caleg yang representatif dapat membuat masyarakat lebih memahami masing-masing caleg, sehingga inovasi dari calon wakil rakyat yang menyampaikan visi misinya berpengaruh terhadap hasil pemilihan umum itu sendiri.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amanu, H., & Evanne, L. (n.d.). *Peran Efek Komunikasi Politik Dalam Kekisruhan Di Partai Demokrat* (Vol. 1, Issue 1).
- Anshori, A. (2019). Pengaruh Budaya Dalam Pesan Politik Terhadap Perilaku Pemilih Kota Medan Pada Pemilu Tahun 2019. In *Komunikasi Politik di Indonesia*.

- Budiyono, M. (2016). *Media Sosial Dan Komunikasi Politik: Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada Dki Jakarta 2017*. Jurnal Komunikasi, 11(1), 47–62. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol11.iss1.art4>
- Dr. Gun Gun Heryanto, M. S. (2018). *Media Komunikasi Politik* (D. Abih Giddan dan Shulhan Rumaru (ed.); 1st ed.). IRCiSoD.
- Dr. Umaimah Wahid, M. S. (2016). *Komunikasi Politik, teori, Konsep dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. In Paper Knowledge . *Toward a Media History of Documents*.
- Hamad, I. (2008). *Memahami Komunikasi Pemasaran Politik*. Mediator: Jurnal Komunikasi, 9(1), 147–162. <https://doi.org/10.29313/mediator.v9i1.1141>
- Hamdan, Y. (2001). *Urgensi Komunikasi Pemasaran untuk Partai Politik di Indonesia*. MediaTor (Jurnal Komunikasi), 2(1), 67–76.
- Heryanto, G. G. (2010). *Komunikasi Politik di Era Industri Citra*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58367>
- Indrawan, R. M. J. (2017). *Dampak Komunikasi Politik Dan Opini Publik Terhadap Perilaku Masyarakat*. WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 16(2), 171. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.14>
- Khoirul Muslimin, M. I. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Politik* (Sinna Saidah (ed.); 2nd ed.). Lingkar Media.
- Nimmo, D. J. R. T. S. (2005). *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media* (6th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Rani, S. (2019). *Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pilkada Di Indonesia*. Al Hadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 17(33), 112. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2376>
- Rustandi, D. (2013). *Dinamika Komunikasi Politik Menjelang Pemilu 2014*. Jurnal Koinfo, 11(2), 93–173.
- Sari, A. F. (2020). *Etika komunikasi*. Tanjak: Journal of Education and Teaching, 1(2), 127–135. <https://doi.org/10.35961/tanjak.v1i2.152>
- Shahreza, M. (n.d.-a). *Etika dalam komunikasi politik*.
- Shahreza, m. (n.d.-b). *Pengertian Komunikasi Politik*. <https://www.facebook.com/mashikam/posts/10205871706375563?pnref=story>
- Susanto, E. H. (2013). *Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum*. Jurnal Kajian Komunikasi, 1(2), 163–172. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol1n2.6>
- Tabroni, R. (n.d.). *Etika Komunikasi Politik dalam Ruang Media Massa*.