

BAB II

KERANGKA TEORITIS

1.1 Tinjau Teoritis

1.1.1 Pengertian komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk memengaruhi sikap, pendapat, atau perilaku. Menurut Effendy, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, maupun perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media. Dalam konteks sosial, komunikasi menjadi sarana utama dalam membangun interaksi dan hubungan antarindividu maupun kelompok.

Komunikasi tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga dua arah yang memungkinkan adanya umpan balik (feedback). Umpan balik ini menjadi indikator keberhasilan komunikasi karena menunjukkan sejauh mana pesan dapat dipahami dan diterima oleh komunikan. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif memerlukan kejelasan pesan, pemilihan media yang tepat, serta pemahaman terhadap karakteristik audiens.

1.1.2 Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan bentuk komunikasi yang berkaitan dengan aktivitas politik dan kekuasaan. Menurut McNair, komunikasi politik adalah seluruh bentuk komunikasi yang dilakukan oleh aktor politik dengan tujuan untuk memengaruhi opini publik, sikap politik, dan perilaku pemilih. Komunikasi politik melibatkan pesan-pesan politik, aktor politik, media massa, serta masyarakat sebagai khalayak. Dalam praktiknya, komunikasi politik tidak hanya terjadi pada

masa kampanye, tetapi berlangsung secara berkelanjutan dalam kehidupan politik sehari-hari. Komunikasi politik berperan penting dalam membangun citra kandidat, menyampaikan visi dan misi, serta memperoleh legitimasi dan dukungan dari masyarakat. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik yang tepat sangat diperlukan untuk mencapai tujuan politik tertentu, termasuk dalam proses pemenangan Pilkada.

Fungsi utama komunikasi politik dalam Pilkada meliputi: a) Persuasi, yaitu upaya memengaruhi sikap dan perilaku pemilih; b) Pencitraan (*Image Building*), yaitu proses membentuk persepsi positif publik terhadap Paslon; dan c) Integrasi, yaitu upaya menyatukan berbagai kelompok pendukung dan mengidentifikasi pemilih.

1.2 Strategi Komunikasi

1.2.1 Definisi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dapat diartikan sebagai perpaduan antara perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi harus terpadu, melibatkan penetapan tujuan, identifikasi khalayak, perumusan pesan, dan pemilihan saluran (media) yang paling tepat.

1.2.2 Model Strategi Pemenangan Pilkada

Strategi komunikasi pemenangan kepala daerah harus mempertimbangkan semua komponen komunikasi (Triwicaksono & Nugroho, 2021). Model ini relevan untuk membedah:

- Komunikator: Kredibilitas dan citra Paslon Benny-Radi serta tim sukses.
- Pesan: Konten dan *framing* pesan yang relevan dengan isu-isu lokal Sijunjung.

- Komunikasikan: Segmentasi pemilih berdasarkan data DPT per kecamatan di Sijunjung.

1.3 Relasi Masyarakat (*Public Relations*)

Relasi masyarakat atau public relations (PR) merupakan fungsi manajemen yang bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Menurut Cutlip, Center, dan Broom, public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Dalam ranah politik, relasi masyarakat berperan sebagai sarana untuk menciptakan pemahaman, kepercayaan, dan dukungan masyarakat terhadap aktor politik. Relasi masyarakat politik menekankan pada komunikasi dua arah, dialog, serta keterlibatan publik dalam proses politik. Pendekatan ini sangat relevan dalam konteks Pilkada, terutama di daerah yang memiliki ikatan sosial dan budaya yang kuat.

1.3.1 Komunikasi Tatap Muka dan Kredibilitas

Komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*) adalah kunci untuk membangun kredibilitas (*ethos*) seorang kandidat. Interaksi langsung, seperti blusukan, memungkinkan Paslon untuk menunjukkan empati dan kedekatan personal, yang seringkali lebih efektif daripada pesan di media (Triwicaksono & Nugroho, 2021).

1.3.2 Teori Komunikasi Dua Tahap (*Two-Step Flow Theory*)

Teori ini sangat relevan dalam konteks Pilkada lokal. Pesan dari media (termasuk media sosial) tidak langsung diterima publik, tetapi disaring dan

diinterpretasikan oleh Pemimpin Opini (*Opinion Leader*) lokal (tokoh adat, ulama, kepala jorong/desa). Strategi Relasi Masyarakat tim Benny-Radi kemungkinan besar berfokus pada pendekatan dan mobilisasi para pemimpin opini ini untuk memengaruhi pemilih di tingkat akar rumput Sijunjung.

1.4 Pemenangan pilkada

Pemenangan dalam Pilkada merupakan hasil dari serangkaian proses politik dan komunikasi yang dilakukan oleh pasangan calon beserta tim pemenangannya. Pemenangan tidak hanya ditentukan oleh kekuatan politik dan finansial, tetapi juga oleh kemampuan kandidat dalam membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat.

Tabel 2. 1 Jadwal Strategi Pemenangan Pilkada

NO	TAHAP	TUGAS AKHIR	2024												2025							
			AGUSTUS				SEPTEMBER				NOVEMBER				JANUARI				FEBRUARI			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Perencanaan	Penentuan Tujuan																				
2.		Pemetaan Khalayak																				
3.		Penyusunan Materi Kampanye																				
4.		Penentuan Media Pendekatan																				
5.		Pembentukan Tim																				
6.	Pelaksanaan Kampanye	Strategi Media Sosial																				
7.		Strategi Tatap Muka																				
8.	Evaluasi	Evaluasi Strategi																				
9.		Penguatan Relasi dan Konsolidasi																				
10.		Pengendalian Isu																				
11.		Persiapan Hari Pemungutan Suara																				

12	PASCA PEMILIHAN	PENETAPAN																			
13		PELANTIKAN																			

Strategi komunikasi kemenangan dalam Pilkada mencakup pengelolaan pesan politik, pembentukan citra kandidat, pemanfaatan media komunikasi, serta penerapan relasi masyarakat yang berkelanjutan. Dengan strategi komunikasi yang tepat, pasangan calon dapat meningkatkan kepercayaan publik dan memperoleh dukungan mayoritas pemilih.

1.5 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pada penerapan strategi komunikasi kemenangan Paslon Benny–Radi melalui relasi masyarakat pada Pilkada Kabupaten Sijunjung Tahun 2024. Fokus tersebut meliputi bentuk strategi komunikasi yang digunakan, penerapan relasi masyarakat, serta faktor pendukung dan penghambat dalam proses kemenangan.