

PUBLIC RELATIONS **POLITIK**

BAWASLU



**Rusli
Risman Iye**

PUBLIC RELATIONS POLITIK BAWASLU



**Rusli
Risman Iye**

PUBLIC RELATIONS POLITIK

BAWASLU

Penulis:

Rusli

Risman Iye

Editor:

Fal Harmonis

Aminah Swarnawati



RENA CIPTA MANDIRI

PUBLIC RELATIONS POLITIK

BAWASLU

Copyright © Penerbit Rena Cipta Mandiri, 2022

Penulis : Rusli, Risman Iye

Editor : Fal Harmonis, Aminah Swarnawati



Diterbitkan Oleh :

Penerbit Rena Cipta Mandiri

Anggota IKAPI 322/JTI/2021

Kedungkandang, Malang

e-mail : renacipta49@gmail.com

Referensi | Non Fiksi | R/D

vi + 148 hlm.; 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-99847-8-6

Cetakan ke-1 Tahun 2022

Dilarang mereproduksi atau memperbanyak seluruh atau

sebagian dari buku ini dalam bentuk atau cara

apa pun tanpa izin dari penerbit.

© Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang No. 28 Tahun 2014

All Right Reserved

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada ALLAH subhanahu Wa Ta'ala, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan buku ini

Buku yang berjudul *Public Relations* Politik Bawaslu ini tidak mungkin diselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak. Terima kasih kepada dosen, Dr. Fal. Harmonis, M. Si, atas arahan dan bantuannya, juga kesediaan waktu beliau dalam penyelesaian buku ini. Dan kepada semua pihak yang telah berkenan membantu, partisipan, pakar dan teman-teman serta dosen pasca sarjana ilmu komunikasi yang telah memberikan dukungan dan semangat.

Buku ini diharapkan dapat memberikan kajian tentang pendekatan public relations politik. Dan penulis sadar bahwa buku ini masih jauh dari kata sempurna, karena itu diharapkan adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi kepentingan akademik, teoritis dan praktis.

Jakarta, Juni 2022

Rusli

DAFTAR ISI

Sampul Dalam.....	ii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Pendahuluan.....	1
Komunikasi Politik.....	7
Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik.....	10
<i>Public Relations</i> Politik.....	15
Pendekatan <i>Public Relations</i> Politik	39
Pemilihan Umum	65
Kampanye	73
Pengawasan	77
Sejarah Bawaslu Buton Selatan	83
Pembangunan Komunitas Politik	91
Relasi Politik dan Publik	101
Paradigma Politik Grunigian	111
Faktor Pendukung dan Penghambat	119
Desa Binaan Bawaslu Buton Selatan	123
Koordinasi Bawaslu Buton Selatan	129
Rapat Kerja Teknis Bawaslu Buton Selatan	133
Penutup.....	135
Daftar Pustaka	139

Bab 1

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum adalah proses seseorang untuk mencapai jabatan tertentu baik itu Legislatif maupun Eksekutif. Pemilu adalah cara atau sarana untuk mengetahui keinginan rakyat mengenai arah dan kebijakan Negara kedepan (Morrison 2005: 17).

UU No. 7 Tahun 2017 tentang pemilihan umum. Pemilihan umum yang selanjutnya disebut pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota DPR, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota, DPD RI, Presiden dan Wakil Presiden yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan UUD 1945. Pemilihan Umum tahun 2019 adalah wahana konsolidasi Demokrasi untuk menciptakan Pemilu yang berintegritas. Proses penyelenggaraan pemilu adalah prasyarat penting dalam pemilu, agar hasil pemilu mendapatkan pengakuan yang baik di masyarakat dalam membangun konsolidasi demokrasi. Pengawasan pemilu perlu dilakukan untuk menjamin terbangunnya sistem politik yang demokratis dari awal. Dengan adanya pengawasan, kualitas pemilu di Negara mendapatkan kepercayaan dari aktor politik di dalam maupun di mata dunia Internasional (Gunawan, 2016 : 107).

Pemilihan Umum memiliki tahapan kampanye dimana tahapan tersebut memberikan ruang yang besar bagi para kandidat untuk menyampaikan visi-misi dan program yang ditawarkan kepada konstituen publik. Kerja politik yang memerlukan saluran politik terutama menjelang perhelatan politik berupa pemilu dan pilkada itu disebut kampanye. Kampanye itu jelas, terukur, dapat dirasakan, langsung aktivitas fisiknya bersifat laten, kritis dan menarik simpati masyarakat (Firmanzah : 273). Harus diakui bahwa ruang publik selama pemilu serentak 2019 menjadi sangat kompleks dan dinamis, bahkan gaduh dan seringkali kontra produktif bagi kualitas demokrasi, apalagi kesatuan dan persatuan bangsa. Ruang publik penuh sesak tidak hanya kampanye yang bersifat negatif (*negative campaign*) tetapi juga *black-campaign* firmanzah (dalam Heryanto 2019 : 9).

Dalam sejarah pelaksanaan pemilu di Indonesia, istilah pengawasan pemilu baru muncul pada 1982, tepatnya pada pelaksanaan pemilu tahun 1982, dengan nama Panitia Pengawas Pelaksanaan Pemilihan (panwaslak pemilu). Tuntutan reformasi untuk pembentukan penyelenggara pemilu yang bersifat independen untuk meminimalisir campur tangan penguasa. Perubahan mendasar terkait dengan kelembagaan pengawas pemilu sejak terbitnya UU No. 22 tahun 2007 tentang penyelenggara pemilu dengan dibentuknya sebuah lembaga tetap yang dinamakan badan pengawas pemilu yang kewenangannya adalah mengawasi tahapan pemilu, menerima pengaduan, serta menangani kasus-kasus pelanggaran administrasi, pelanggaran pidana pemilu, serta kode etik. Untuk mencapai tujuan pemilihan umum tahun 2019 yang

jujur, adil, langsung, umum, rahasia jujur dan adil penyelenggara pemilu harus memiliki integritas. Sehubungan dengan tujuan pemilu tersebut maka Bawaslu memiliki peranan penting untuk menciptakan hubungan yang harmonis.

Meskipun secara histori ada hubungan yang jelas antara hubungan masyarakat dan ranah politik, istilah hubungan politik dan masyarakat jarang digunakan (Jackson : 2010). Hubungan masyarakat PR adalah istilah yang diakui secara luas, dan aktor politik mengandalkan komunikasi untuk menjangkau khalayak untuk mereka, namun istilah hubungan politik dan masyarakat jarang digunakan. Namun, sepanjang sejarah ada hubungan yang jelas antara hubungan masyarakat dan ranah politiknya. Tetapi sebagai contoh awal, beberapa sumber mengidentifikasi penggunaan tablet batu oleh pemerintah untuk memberikan saran kepada petani yang sekarang disebut timur tengah (Guth dan Marsh : 2006). Penyebaran agama katolik di Eropa abad pertengahan banyak dipengaruhi oleh teknik *public relations* seperti dari mulut ke mulut dan penggunaan awal mesin cetak. Penggunaan praktis *public relations* disarankan oleh Moloney (2006) ketika ia mencatat sebagai agen komunikasi *public relation* memungkinkan kepentingannya yang berbeda untuk berinteraksi dan terlebih lagi ia mencatat bahwa dimana demokrasi telah menyebar ada banyak bukti *public relation*. Sebagai bagian struktur demokrasi ini.

Davis (2000) mengidentifikasi pentingnya pertumbuhan kelompok penekan yang menyuarakan keprihatinan individu, dan dengan demikian membentuk opini publik dan kebijakan publik. *Public relations* dipengaruhi dan mempengaruhi politik,

sistem pemerintahan dan debat politik dan perkembangan terakhir dalam *public relation* membentuk hubungan ini.

Hubungan masyarakat merupakan salah satu bentuk kelembagaan komunikasi sehingga memiliki sifat-sifat kelembagaan dengan ciri-ciri tertentu sebagai identitasnya. Para ilmuwan sepakat bahwa identitas humas masa kini yang terus dimantapkan adalah model komunikasi dialogis, timbal balik, dan dua arah simetris dengan tujuan akhir yang khas pula, yaitu terciptanya hubungan harmonis, saling pengertian, dan saling menyenangkan antara organisasi dengan publiknya (Arifin, 2020 : 1).

Hubungan Masyarakat merupakan fungsi organisasi mencapai tujuan-tujuannya melalui komunikasi efektif dan relasi konstruktif (Kim Harrison, 2008 : 1). Hubungan Bawaslu dan Masyarakat harus terus dibina dengan baik. Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan saling menyenangkan antara organisasi dan masyarakat yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalannya (Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom, 2005 : 17).

Dalam Pemilihan Umum tentunya terdapat persaingan antara calon baik itu calon Presiden dan Wakil Presiden, DPR RI, DPD RI, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota. Persaingan tersebut tidak sedikit menimbulkan masalah dengan beredarnya kampanye hitam, hoax, sara, politik uang, keterlibatan Aparatur Sipil Negara dan Perangkat Desa yang mengakibatkan Pemilihan Umum tidak menjadi konsolidasi demokrasi dan cenderung persaingan antara calon yang tidak sehat. Bawaslu Buton Selatan telah melakukan pengawasan

pada pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan sebagai tanggung jawab dan amanah Undang-Undang.

Dalam hal ini Bawaslu Buton Selatan dituntut untuk bisa membangun hubungan harmonis dalam melakukan hubungan harmonis dengan publiknya. *Public relations* politik dapat dipahami sebuah kekhususan proses *public relations* yang berupaya membangun komunikasi dengan publik internal dan publik eksternal organisasi dalam suatu lingkungan politik dengan melibatkan komponen-komponen dan sumber daya politik untuk mengelola sejumlah isu agar mendapatkan perhatian, dilakukan secara sistematis, terencana dan terarah untuk memperoleh kesepahaman (*mutual understanding*) dengan berbagai pihak dalam upaya perwujudan tujuan politik dari sebuah organisasi. PR politik adalah sebuah kerja melayani publik dengan membawa sejumlah isu untuk menjadi perhatian publik (Frohlich,2008 : 1).

Bawaslu Buton Selatan harus mampu membangun hubungan yang baik dengan publik agar terbangun hubungan yang baik dan saling percaya. Komunikasi menjadi penting dalam membangun sebuah hubungan agar tercipta pemilihan umum yang bermartabat. Dengan hal tersebut di atas bagaimana Bawaslu Buton Selatan melakukan pendekatan *public relations* politik terhadap masyarakat agar masalah tersebut tidak terjadi dan menjadikan Pemilihan Umum tahun 2019 di Buton Selatan menjadi bermartabat?.

Bab 2

KOMUNIKASI POLITIK

Komunikasi politik sebagai suatu proses yang berkesinambungan, dan melibatkan pertukaran informasi di antara individu-individu dengan kelompok-kelompoknya pada semua tingkatan masyarakat tentunya memiliki ruang lingkup. Menurut Rush dan Althoff (1997 : 255). sebagaimana yang dikutip oleh Asep Saeful Muhtadi (2008 : 28) komunikasi politik adalah transmisi informasi yang relevan secara politis dari satu bagian sistem politik merupakan unsur dinamis dari suatu sistem politik; dan proses sosialisasi, partisipasi serta rekrutmen politik bergantung pada komunikasi.

Komunikasi politik adalah usaha membentuk dan membina citra dan opini publik yang positif itu dilakukan dengan cara persuasif, yaitu dengan metode komunikasi dua arah dalam arti menghargai pendapat dan keinginan khalayak. Dalam studi modern komunikasi politik semula merupakan pengetahuan antar disiplin yang mencakup konsep komunikasi, pengetahuan politik, jurnalisme, psikologi, sosiologi sejarah dan lainnya. Namun, tak sama dengan berbagai bidang studi tradisional tersebut, komunikasi politik mencerminkan teori komunikasi yang mencakup riset pendekatan masyarakat dan manusia terhadap komunikasi (Arifin, 2003 : 5). Definisi komunikasi politik menurut sejumlah ilmuwan dari berbagai literatur baik luar maupun dalam negeri,

antara lain menurut dan Nimmo suatu komunikasi dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik (Nimmo : 2011).

Meadow sebagaimana dikutip Nimmo juga membuat definisi bahwa *"Political Communication refers to any exchange of symbols or messages that to a significant extent have been shaped by or have consequences for political system"*. Disini Meadow memberikan tekanan bahwa simbol-simbol atau pesan yang disampaikan itu secara signifikan dibentuk atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik, walaupun Nimmo sendiri hanya memberikan tekanan pada pengaturan manusia yang dilakukan dalam kondisi konflik. Baik Meadow maupun Nimmo, dan sarjana politik kelahiran 1950-an, melihat politik tidak saja membahas negara, melainkan dengan hubungannya dengan komunikasi dan opini publik (Cangara, 2011 : 29). Berdasarkan fungsinya, menurut dan Powel (1966) komunikasi politik sebagai suatu fungsi politik bersama-sama dengan fungsi artikulasi, agregasi, sosialisasi, dan rekrutmen yang terdapat dalam suatu sistem politik. Sementara Astrid mengartikan komunikasi politik sebagai suatu komunikasi yang diarahkan pada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditetapkan bersama oleh lembaga-lembaga politik. Dengan demikian, melalui kegiatan komunikasi politik terjadi pengaitan masyarakat sosial lingkup negara sehingga komunikasi politik merupakan sarana untuk pendidikan politik/ kesadaran warga negara dalam hubungan kenegaraan (Anwar Arifin, 2008 : 8-9).

Dengan demikian komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi tersebut dapat mengikat suatu kelompok atau warga tertentu. Komunikasi politik dengan demikian adalah upaya sekelompok manusia yang mempunyai orientasi, pemikiran politik atau ideologi tertentu dalam rangka menguasai atau memperoleh kekuasaan. Komunikator dalam komunikasi politik sebagaimana dikemukakan oleh Rahmat (dalam Dan Nimmo, 2005) digolongkan menjadi tiga yaitu politisi, profesional dan aktivis ketiganya dalam aktivitas keseharian mereka harus melakukan komunikasi politik. Nimmo (2005: 30) menjelaskan secara rinci mengenai komunikator politik ini. Ia memaparkan bahwa terdapat tiga macam komunikator politik. Pertama, adalah komunikator politik yang mempunyai pekerjaan sebagai politisi/politikus, mereka adalah calon atau pemegang jabatan tertentu di pemerintahan. Tak peduli apakah ia ditunjuk atau pejabat karir dan tak mengindahkan apakah jabatan itu eksekutif, legislatif atau yudikatif. Pekerjaan mereka adalah aspek utama kegiatan ini. Politisi atau politikus inilah yang sering juga disebut sebagai elit politik. Dalam kegiatan keseharian, para politikus harus melakukan komunikasi politik. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meraih dukungan masyarakat agar ia tetap bisa menduduki jabatan yang saat ini dimilikinya (bagi yang belum mempunyai jabatan, dukungan masyarakat diperlukan untuk meraih jabatan tersebut). Kedua profesional sebagai komunikator politik muncul di akibatkan karena berkembangnya perangkat teknologi media massa. Ia

menyuarakan pendapat komunikator politik yang sesungguhnya dan menghubungkan dengan masyarakat, menghubungkan publik, dengan pemimpin politik dan membantu menempatkan masalah dan peristiwa pada agenda diskusi publik. Yang termasuk dalam profesional adalah para jurnalis (reporter, koordinator berita, penerbit, pengarah berita, eksekutif stasiun dan lainnya). Profesional lain adalah promotor, ia adalah orang yang dibayar untuk mengajukan kepentingan langganan tertentu. Seperti agen publisitas, tokoh masyarakat, pejabat humas, pejabat informasi publik, sekretaris presiden dan lainnya (Nimmo, 2005: 35). Komunikator yang ketiga adalah aktivis, yang dimaksud aktivis adalah orang-orang yang bekerja untuk kepentingan politik. Kemudian dari segi strategi komunikasi menurut Effendy (2007: 32). Hakikat strategi merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang memberikan arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik

Menurut Arifin (2003 : 65) terdapat beberapa bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator untuk mencapai tujuan politiknya, yaitu sebagai berikut:

1. Retorika

Retorika berasal dari bahasa Yunani yaitu *rhetorica*, yang artinya seni berbicara, asalnya digunakan dalam perdebatan-perdebatan di ruang sidang pengadilan untuk saling mempengaruhi sehingga bersifat kegiatan antar

personal. Kemudian berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa yaitu berpidato kepada khalayak.

2. Agitasi Politik

Agitasi politik berasal dari bahasa Yunani yaitu *agitare* yang artinya bergerak atau menggerakkan. Agitasi bertujuan membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak. Dimulai dengan cara membuat kontradiksi dalam masyarakat dan menggerakkan khalayak untuk menantang kenyataan hidup yang dialami.

3. Propaganda

Propaganda berasal dari bahasa Latin *propagare*, yang artinya menanamkan tunas suatu tanaman. Propagandis adalah orang yang melakukan propaganda yang mampu menjangkau khalayak kolektif lebih besar, biasanya dilakukan politisi atau kader partai politik yang memiliki kemampuan yang mudah terkena sugesti.

4. *Public relations* Politik

Public relations Politik merupakan suatu upaya alternatif dalam mengimbangi propaganda yang dianggap membahayakan sosial dan politik. *Public relations* politik bertujuan untuk menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka atau akomodatif antara politikus, profesional atau aktivis (komunikator) dengan khalayak (kader, simpatisan, masyarakat umum).

5. Kampanye Politik

Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan orang atau kelompok (organisasi) dalam waktu tertentu untuk memperoleh dan memperkuat dukungan

politik dari rakyat atau pemilih. kampanye politik merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

6. Loby Politik

Istilah loby politik mengacu pada tempat para tamu menunggu untuk berbincang-bincang di hotel. Dalam loby politik pengaruh dari pribadi seorang politikus sangat berpengaruh seperti kompetensinya, penguasaan masalah dan kharisma. Loby politik adalah gelanggang terpenting bagi pembicaraan para politikus atau kader tentang kekuasaan, pengaruh, otoritas, konflik dan konsensus.

7. Media Massa

Sebagai perluasan panca indra manusia (*sense extension theory*) dan sebagai media pesan dalam hal pesan politik untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan otoritas, membentuk dan mengubah opini publik atau dukungan serta citra politik, untuk khalayak yang lebih luas atau yang tidak bisa terjangkau oleh bentuk komunikasi yang lain.

R. Wayne Pce dengan teman-temannya dari Brigham Young University dalam bukunya *Techniques for effective Communication* (1979) membagi komunikasi atas tiga tipe, yakni komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antar pribadi serta komunikasi khalayak.

Komunikasi antar pribadi yang dimaksud disini adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R. Wayne Pace (1979) bahwa "*interpersonal communication is*

communication involving two or more people in a face to face setting" menurut sifatnya komunikasi antar pribadi dapat dibedakan atas dua macam, yakni komunikasi diadik (*dyadic communication*) dan komunikasi kelompok kecil (*small group communication*).

Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut Pace dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog dan wawancara. Percakapan berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal. Dialog berlangsung intim, lebih dalam dan lebih personal, sedangkan wawancara sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang lainnya pada posisi menjawab. Komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya.

Bab 3

PUBLIC RELATIONS POLITIK

Public relations politik merupakan ilmu terbaru dalam bidang kajian public relations. Hal ini menjadi kajian penting dan menarik karena tiga faktor. Pertama, munculnya fenomena politik modern yang kian banyak memanfaatkan media massa, jasa konsultan, dan taktik serta strategi komunikasi politik. Kedua, kian majunya teknologi yang memungkinkan tindakan politik yang dilakukan tidak harus bertemu secara fisik. Ketiga, munculnya era demokrasi yang memungkinkan semua warga negara untuk memperoleh kebebasan berkumpul dan mengeluarkan pendapat, baik lisan maupun tulisan.

Konseptualisasi kami tentang politik hubungan masyarakat dengan demikian non-normatif dan deskriptif daripada preskriptif, dan setuju dengan teori kontingensi bahwa model hubungan masyarakat yang disukai tergantung pada sejumlah faktor dan bergerak dalam kontinum mulai dari advokasi total untuk sebuah organisasi hingga total akomodasi publik (Betel et al. 1997).

Apa yang disarankan adalah bahwa hubungan masyarakat politik memiliki banyak kesamaan dengan teori umum tentang hubungan masyarakat, tetapi itu berbeda dengan banyak definisi mapan tentang teori umum tentang hubungan masyarakat, tetapi itu berbeda dengan banyak definisi mapan tentang apa yang juga disarankan oleh diskusi ini dan

hubungan erat dengan hubungan masyarakat secara umum adalah bahwa hampir semua teori hubungan masyarakat dapat diterapkan dalam penelitian tentang publik politik, komunikasi dan teori dan penelitian ilmu politik, dan akan membantu mengeksplorasi sejauh mana berbagai teori hubungan masyarakat juga valid dalam konteks politik. Ini sangat penting, karena ada banyak hal yang membedakan politik dari perusahaan pengaturan dari mana sebagian besar teori hubungan masyarakat saat ini berasal dan berkembang dieksplorasi dan diuji. Pada akhirnya, politik di negara-negara demokrasi adalah tentang proses berurusan dengan “siapa mendapat apa, kapan, bagaimana” (Lasswell, 1936) sejauh pertanyaan itu setidaknya sebagian dijawab melalui pengambilan keputusan otoritatif di mana pembuat keputusan dipilih secara populer atau, secara langsung atau tidak langsung, menerima mandat mereka dari badan-badan politik yang dipilih secara populer. Fakta bahwa hampir tidak ada bagian dari masyarakat yang tidak terpengaruh oleh konsekuensi dari keputusan politik yang dibuat. insentif bagi banyak organisasi dan individu yang berbeda untuk mencoba mempengaruhi politik proses dan hasil. Jika karakteristik yang menentukan dari aktor politik adalah apakah mereka memiliki agenda politik dan mencoba mempengaruhi politik (Strömbäck & Kioussis, 2011), akibatnya ada sejumlah besar aktor politik, yang berpotensi terlibat dalam hubungan masyarakat politik, dalam masyarakat tertentu. Namun inti dari proses politik adalah partai politik, politisi individu, dan badan-badan pemerintah. Ketika mendiskusikan apa yang membedakan politik dan konteks politik dari pengaturan perusahaan dan

lainnya, dengan demikian kami akan fokus pada organisasi politik dan aktor dan situasi yang mereka hadapi. Meskipun bukan daftar yang lengkap, setidaknya ada sepuluh aspek di mana politik dan konteks politik berbeda dari domain dan konteks lain. Pertama, politik selalu berurusan dengan pernyataan normatif yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Ini mengikuti dari fakta bahwa politik pada akhirnya adalah tentang pengambilan keputusan yang otoritatif di mana semua bagian dari masyarakat secara langsung atau tidak langsung terpengaruh, dan bahwa pembuat kebijakan yang demokratis dan mereka yang bekerja dalam organisasi sektor pemerintah dan publik seharusnya selalu memperhatikan kepentingan umum. Hal ini berbeda dengan lingkup perusahaan dimana sejauh mana kepentingan publik dipertimbangkan adalah opsional. Kedua, jumlah dan kompleksitas publik dan pemangku kepentingan dalam politik lebih besar dari pada di hampir pengaturan lain. Mengikuti teori situasional publik dan bergantung pada tingkat pengenalan masalah, pengenalan kendala dan tingkat keterlibatan, orang dapat diklasifikasikan ke dalam non publik, publik laten, publik sadar dan publik aktif (Grunig & Hunt, 1984). Ini berlaku di semua situasi, tetapi yang membedakan politik adalah jumlah publik laten serta sadar dan aktif bisa dibidang lebih besar daripada di pengaturan perusahaan, padahal pada dasarnya setiap orang dapat didefinisikan sebagai pemangku kepentingan dalam politik. Ketiga, jumlah regulasi dan tingkat transparansi dan pengawasan bisa dibidang lebih besar dalam politik daripada di kebanyakan pengaturan lain, meskipun kerangka kelembagaan berbeda antar negara. Namun

demikian, semua negara demokrasi memiliki semacam kebebasan untuk hukum informasi, selalu ada oposisi politik dengan kepentingan mengekspos potensi kesalahan politik atau administratif, dan media selalu tertarik pada informasi yang mungkin menunjukkan perilaku yang tidak pantas, ketidakmampuan, atau skandal. Akibatnya, politik organisasi dan aktor jarang dapat beroperasi di luar domain publik. Keempat, jika mata uang utama dalam bisnis adalah uang, mata uang utama dalam politik adalah ide dan kekuasaan. Produk politik dengan demikian kurang nyata, sedangkan hubungan antara politik organisasi atau aktor dan produk politik jauh lebih langsung dan lebih kuat daripada di pasar komersial di mana dimungkinkan untuk menyukai (atau tidak menyukai) suatu produk atau layanan tanpa menyukai (atau tidak menyukai) atau bahkan menyadari bisnis di balik produk dan layanan (Kunci & Harris, 1996). Selain itu, selalu ada orang yang tertarik pada mengkritik dan salah mengartikan setiap organisasi politik dan ide-ide dan nilai-nilainya. Kelima, politik seringkali meski tidak selalu bersifat zero-sum game. Ini paling jelas dalam pemilihan, di mana ada jumlah suara yang terbatas dan di mana kemenangan selalu ada kerugian orang lain. Namun hal ini juga berlaku dalam banyak proses kebijakan. Meskipun kompromi seringkali mungkin, tidak semua orang bisa mendapatkan hasil kebijakan yang mereka inginkan. Penerimaan satu set kebijakan selalu berarti penolakan yang lain, kecuali dalam kasus-kasus langka ketika ada konsensus tentang suatu hal. Oleh karena itu, proses politik selalu menghasilkan pemenang dan pecundang. Keenam, organisasi dan aktor politik jauh lebih bergantung pada media berita dan

cakupan mereka dari bisnis komersial. Ini berlaku terutama di luar Amerika Serikat. , di mana iklan politik tidak diperbolehkan atau kurang penting (Kaid & Holtz-Bacha, 2006). Dengan demikian, organisasi politik tidak dapat mengontrol komunikasi mereka dan bagaimana mereka dan apa yang mereka perjuangkan diwakili pada tingkat yang sama seperti jenis-jenis lainnya organisasi bisa. Selain itu, sebagian besar media berita dan jurnalis kontemporer demokrasi menganggapnya sebagai bagian intrinsik dan penting dari peran mereka untuk bertindak sebagai pengawas dan bersikap kritis terhadap mereka yang memiliki kekuatan politik (Weaver & Willnat, 2012). Meskipun pengawas mungkin tidak menggonggong sepanjang waktu ketika diperlukan (Bennett et al. , 2007), ini membuat lebih sulit bagi organisasi politik untuk mengontrol komunikasi mereka dengan yang berbeda publik dan masyarakat luas. Ketujuh, tingkat konflik lebih tinggi dalam politik daripada di hampir semua situasi lainnya. Ini mengikuti dari fakta bahwa politik adalah tentang ide dan kekuasaan, bahwa selalu ada yang berlawanan kubu, bahwa proses politik selalu menghasilkan pemenang dan pecundang, dan dari keragaman pemangku kepentingan dan publik dan bahwa hampir semua bagian masyarakat dipengaruhi oleh keputusan politik. Ini juga mengikuti dari ketergantungan pada komunikasi media berita politik dan bahwa media berita memiliki kecenderungan kuat untuk fokus pada – dan menciptakan insentif bagi aktor politik untuk fokus – konflik dalam politik (Growling, 2010; Lengauer et al. 2012). Delapan, sementara manajemen krisis dan komunikasi penting untuk semua organisasi, sifat krisis berbeda antara pengaturan politik dan

lainnya. Padahal semua jenis organisasi mungkin menghadapi krisis korban, kritis kecelakaan dan krisis yang dapat dicegah, salah satu kunci perbedaannya adalah bahwa dalam politik, baik lawan maupun media mungkin memiliki kepentingan dalam membuat persepsi bahwa krisis sudah dekat dan bahwa beberapa aktor politik atau organisasi bertanggung jawab untuk ini. Dengan demikian, krisis dalam situasi politik lebih mungkin terjadi berakar pada persepsi dan bukan pada kondisi objektif. Organisasi politik mungkin juga lebih mungkin untuk menemukan diri mereka diberi tanggung jawab atas krisis yang berasal dari luar kendali mereka. Di satu sisi ini mungkin memberi mereka kesempatan untuk menampilkan diri mereka sebagai pahlawan, tetapi juga meningkatkan risiko bahwa mereka dilemparkan sebagai penjahat, meskipun mereka memiliki sedikit atau tidak ada kendali atas situasi. Manajer krisis korporat dan politik juga menghadapi perbedaan kendala pada komunikasi krisis dan kriteria untuk menilai apa yang merupakan keberhasilan dalam manajemen krisis (Coombs, 2011).

Analisis framing baru-baru ini dalam komunikasi politik mengidentifikasi tujuh aplikasi pembingkai ke hubungan masyarakat politik (Hallahan 2011): (1) pembingkai situasi, (2) pembingkai atribut, (3) pembingkai risiko, (4) pembingkai argumen yang mendukung tindakan, (5) pembingkai isu, (6) pembingkai tanggung jawab, dan (7) pembingkai cerita. Di area pertama, pembingkai memberikan konteks pada topik seperti ketika politisi menggunakan acara khusus untuk mempersonalisasi masalah penting. Menurut Hallahan (2011), "pembingkai atribut

melibatkan penggunaan bahasa dalam pesan itu sendiri". Perebutan label dalam retorika politik menawarkan contoh utama seperti ini apakah akan menggambarkan masalah aborsi sebagai "pro-kehidupan" atau "pro-pilihan. " Penggunaan ketiga pembingkai mengacu pada teori prospek klasik dan membahas bagaimana pembingkai itu digunakan dalam politik untuk menciptakan kekhawatiran tentang bahaya dan bahaya. Ini bisa dicapai, misalnya, dalam retorika kampanye yang mengancam pemotongan besar-besaran kepada pemerintah program dan hak. Penerapan keempat pembingkai terjadi ketika valensi dan emosi digunakan untuk menonjolkan penekanan dalam pesan. Kelima penggunaan framing terjadi ketika komunikator menggambarkan topik dalam hal perselisihan dan argumen yang terlibat dalam konflik. Penggunaan keenam dari framing berkaitan dengan penugasan tanggung jawab atas masalah politik, baik yang melibatkan pemberian kredit kepada suatu kelompok untuk kemajuan dalam masalah kebijakan tersebut atau apakah itu menyalahkan pemerintah dalam kekuatan untuk ekonomi yang gagal. Penggunaan terakhir dari pembingkai memiliki aplikasi yang paling langsung untuk hubungan media dalam hal mendongeng. Penerapan framing dalam hal ini konteks dirancang untuk memajukan narasi tertentu yang beresonansi di kalangan jurnalis dan oleh konsumen berita ekstensi (Hallahan 2011) (lihat juga bab oleh Arendt dan Mathes).

Menurut Romy Frohlich, *public relations* politik adalah sebuah kerja melayani publik dengan membawa sejumlah isu untuk menjadi perhatian publik (2008 : 1). *Public relations* politik dapat dipahami sebagai sebuah kekhususan proses

public relations yang berupaya membangun komunikasi dengan publik internal dan publik eksternal organisasi dalam suatu lingkungan politik dengan melibatkan komponen-komponen dan sumber daya politik untuk mengelola sejumlah isu agar mendapatkan perhatian, dilakukan secara sistematis, terencana dan terarah untuk memperoleh kesepahaman (*mutual understanding*) dengan berbagai pihak dalam upaya perwujudan tujuan politik dari sebuah organisasi.

Frohlich dan Rudiger (2005 : 18-25) mendefinisikan *public relations* politik sebagai penggunaan saluran-saluran media untuk mengkomunikasikan interpretasi isu-isu politik yang khusus dalam upaya pengumpulan dukungan publik. Sementara itu, Moloney dan Colmer (2001) memahami *public relations* politik sebagai alat strategis bagi parpol untuk menggunakan kebijakan (*policy*), kepribadian (*personality*) dan presentasi (*presentation*) guna memperoleh perhatian pemilih.

Dari berbagai paparan terkait dapat kita identifikasi sejumlah pemahaman tentang *public relations* politik, antara lain sebagai berikut:

1. *Public relations* politik terkait dengan proses melayani publik internal dan publik eksternal dari sebuah institusi atau organisasi politik
2. *Public relations* politik biasanya terkait dengan sejumlah isu dan dinamika khusus yang dikelola guna mendapatkan perhatian para pemilih (*voters*).
3. *Public relations* politik memiliki orientasi pada pengumpulan dukungan seluas mungkin terhadap khalayak melalui berbagai saluran yang bisa dimanfaatkan mulai saluran formal hingga saluran informal.

Dalam melaksanakan *public relations* politik sebaiknya juga memperhatikan model perencanaan *public relations* politik, seperti halnya dunia perusahaan dapat mengacu ke model perencanaan enam langkah dari Jefkins (1998 : 57-73) yakni seperti berikut :

1. Pengenalan Situasi

Pertama perencanaan logis, ini merupakan prosedur penyusunan rencana yang didasarkan pada pencapaian tujuan. Tentu saja keberhasilan akhirnya ditentukan oleh keahlian dan efisiensi proses pelaksanaannya. Kunci utamanya adalah pemahaman tentang situasi yang ada. Dalam konteks *public relations* politik misalnya, praktisi *public relations* harus mengetahui kondisi geografis, psikografi, demografi, dan identifikasi dengan melakukan riset lingkungan (*environment research*) terlebih dahulu.

Kedua, proses transfer *public relations*. Tujuan dari proses ini adalah upaya mengubah empat sikap negatif menjadi empat sikap positif. Melalui perubahan tersebut diharapkan akan tercapai pengetahuan yang dapat menumbuhkan pemahaman.

- a. Permusuhan (*hostility*), disini praktisi *public relations* politik harus mengetahui ada tidaknya permusuhan yang tertuju ke organisasi, bagaimana kadarnya, seperti apa bentuknya, apa saja faktor penyebabnya, bagaimana solusinya untuk mengatasi sikap permusuhan tersebut
- b. Prasangka (*prejudice*), prasangka muncul dari sebab-sebab yang bersifat pribadi, faktor keagamaan, konflik sosial atau benturan antar kelas sosial, pengaruh

lingkungan dan lain-lain. Prasangka itu bisa menjadi masalah jika tidak teratasi, namun akan menjadi peluang jika prasangka bisa di transfer menjadi awal dari perubahan baru, terutama jika praktisi *public relations* politik bisa menunjukkan sisi-sisi positif dari hal-hal baru tadi.

- c. Apati (*apathy*), sikap enggan, masa bodoh, dan tidak mau tahu pada dasarnya adalah hasil dari ego yang berlebihan, kemalasan, keterbatasan imajinasi, atau kurang menariknya cara penyajian suatu subjek baru, sehingga tak mampu menarik minat dan kepercayaan khalayak. *Public relations* harus mengubah sikap tersebut menjadi sesuatu yang bernilai dan bagian dari kepentingan khalayak.
- d. Sikap acuh tak acuh (*ignorance*), sikap ini merupakan penyakit umum yang sampai batas tertentu wajar. Kita harus menerima kenyataan bahwa praktisi *public relations* harus senantiasa dituntut untuk bersaing agar mendapatkan perhatian, atau demi memperebutkan tempat pada pikiran masyarakat. Oleh karena itu harus ada hal-hal baru atau spektakuler yang menarik minat pihak lain.

Ketiga, kompromi yang diperlukan. Praktisi *Public relations* Politik harus senantiasa realistis, jangan sampai terjebak dalam sikap optimisme yang berlebihan. Ada baiknya praktisi *Public relations* Politik menetapkan target yang wajar, misalnya persentase khalayak yang mau memahami program dalam suatu rentang waktu program *public relations* dilakukan. praktisi harus menyadari bahwa

setiap saat selalu muncul generasi baru dalam publik. oleh karenanya, mesti ada kompromi-kompromi yang berkesinambungan.

Keempat, penyediaan situasi, guna mengetahui situasi yang berkembang terkadang dibutuhkan langkah investigasi dengan cara mengobservasi.

Kelima, pengumpulan pendapat, hal ini guna memberi gambaran umum mengenai situasi yang ada.

Keenam, pemecahan masalah. Praktisi *public relations* politik sering kali melakukan kegiatan yang sifatnya pemecahan masalah, seperti bagaimana pemahaman khalayak atas situasi krisis yang dialami Lembaga.

Ketujuh, mengenali situasi sebenarnya lebih dari hanya sekedar pengumpulan pendapat.

2. Penetapan Tujuan

Dari sekian banyak hal yang dijadikan tujuan kegiatan *public relations* politik sebuah lembaga beberapa di antaranya yang pokok dan mendasar adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengubah citra umum politik di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh lembaga sehingga publik akan memberikan penerimaan atau minimal memberi perhatian
- b. Untuk meningkatkan bobot kualitas para pekerja
- c. Untuk menyebarkan cerita sukses yang dicapai oleh lembaga/kandidat politik kepada khalayak politik

dalam rangka memperoleh pengakuan sosial dan politik

- d. Untuk mengenalkan lembaga/kandidat ke masyarakat luas, membangun kantong-kantong suara atau basis massa, dan membuka kantong-kantong dukungan baru
- e. Untuk mempersiapkan program tambahan bagi lembaga/kandidat yang bisa menyentuh kebutuhan atau kepentingan publik
- f. Untuk memperbaiki hubungan antar lembaga/kandidat dan khalayak politiknya
- g. Untuk mendidik para pengguna atau stakeholder lain agar lembaga/kandidat lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk politiknya
- h. Untuk menyakinkan khalayak politik bahwa lembaga /kandidat mampu bertahan atau bangkit kembali jika terkena krisis
- i. Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan lembaga/kandidat dalam menghadapi resiko pengambilalihan (*take over*)
- j. Untuk menciptakan identitas lembaga/kandidat politik yang baru
- k. Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pemimpin lembaga atau kandidat dalam latar kehidupan sehari-hari
- l. Untuk mendukung keterlibatan lembaga /kandidat sebagai sponsor dari penyelenggaraan suatu acara
- m. Untuk memastikan bahwa para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk

lembaga/kandidat politik agar sesuai dengan segala bentuk regulasi dan konstitusi yang dipakai

n. Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan oleh lembaga/kandidat.

3. Definisi Khalayak

Setiap organisasi pasti memiliki khalayaknya sendiri-sendiri. Demikian juga dengan politik, sekecil dan sebesar apapun organisasi politik pasti berhubungan dengan khalayak politiknya. Oleh karena itu, *praktisi public relations* politik harus mengidentifikasi siapa saja khalayak politik mereka, sehingga mengetahui cara, proses dan treatment dalam melakukan hubungan dengan khalayak tersebut.

4. Pemilihan Saluran dan Teknik-teknik *Public Relations*

Dalam *public relations* politik, sebuah keberhasilan program akan dipengaruhi oleh saluran-saluran apa saja yang digunakan dalam pelaksanaan program.

5. Anggaran *Public relations* Politik

Kegiatan *public relations* merupakan kegiatan yang banyak menjalani aktivitas di tengah publik internal dan eksternal, sehingga sudah pasti memerlukan pendanaan dalam penyelenggaraannya. Dengan demikian, setiap program harus memiliki rincian yang jelas dan berorientasi pada efektifitas dan efisiensi anggaran.

6. Pengukuran Hasil

Teknik-teknik penelitian yang digunakan untuk meneliti situasi acapkali juga dimanfaatkan guna mengevaluasi berbagai hasil yang dicapai dari segenap kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan. Metode

pengumpulan pendapat (*opinion poll*) atau uji sikap (*attitude test*) dapat menjadi metode yang bisa digunakan untuk mengukur pencapaian keberhasilan program *public relations* politik.

Dalam *public relations* politik memiliki Saluran *public relations* politik. *public relations* politik dapat kita pahami sebagai unsur yang memungkinkan sampainya pesan *public relations* politik, paling tidak ada lima saluran yang bisa digunakan dalam *public relations* politik (Heryanto, 2012 : 43) antara lain:

a. Saluran *face to face informal*

Saluran yang efektif dalam penyampaian pesan-pesan politik dengan menekankan pada hubungan yang terjalin secara interpersonal dengan individu-individu yang menjadi khalayak (publik), baik secara internal maupun eksternal.

Karakteristik *face to face informal* adalah sebagai berikut :

- 1) Bersifat bebas tidak terikat oleh struktur formal artinya lebih merupakan representasi otonomi tiap-tiap individu dengan karakteristiknya.
- 2) Tidak semua orang memiliki akses. Artinya hubungan personal ini biasanya tidak bisa dijangkau secara leluasa oleh mereka yang tak memiliki kedekatan.
- 3) Bagi yang memiliki akses ke saluran ini biasanya memiliki informasi lebih banyak. Artinya banyak informasi yang diperoleh melalui hubungan formal misalnya, melalui kunjungan kerja, rapat-

rapat formal dan lain-lain. Informasi kerap di dapatkan justru melalui hubungan pribadi, misalnya prosesi minum teh, makan siang dan lain-lain.

- 4) Sangat di pengaruhi struktur informal. Apakah di dalam pergaulannya terdapat orang-orang yang menentukan, seperti para pengambil keputusan, pemilik informasi, dan lain-lain. Jika praktisi PR Politik bisa masuk dalam hubungan informal yang di dalamnya juga melibatkan para *key person* tadi maka saluran ini akan lebih baik dalam mencapai apa yang menjadi tujuan dan prioritas PR Politik.

b. Saluran Struktur Sosial Tradisional

Bentuk PR Politik struktur sosial tradisional dalam prakteknya menggunakan pihak-pihak tertentu yang memiliki posisi sosial dan secara tradisional memiliki pengaruh di lingkungannya. Jika seorang praktisi *public relations* politik mampu menguasai orang atau pihak yang berpengaruh di sebuah lingkungan, maka kemungkinan besar program-programnya akan lebih mudah dicapai di sebuah lingkungan atau komunitas. Diantara kelompok masyarakat yang memiliki pengaruh secara tradisional adalah sebagai berikut:

- 1) Ketua Adat/Budaya
- 2) Para pemuka agama seperti Kyai, ulama, pendeta, pastor dan lain-lain.
- 3) Saudagar atau orang kaya di sebuah daerah.
- 4) Para ilmuwan, intelektual, cendekiawan dan lain-lain.

Saluran sosial tradisional yang ada menentukan siapa yang layak berkomunikasi, tentang masalah apa, dan dengan cara apa. Dengan kata lain, struktur sosial tradisional ini pada hakikatnya mempunyai aturan-aturan yang menentukan, baik pola maupun arus komunikasi yang berlangsung, dalam komunitas tertentu. Posisi saluran ini akan semakin menguat jika terjadi di lingkungan masyarakat tradisional, Pye dalam Nasution (1990 : 59) menggambarkan karakteristik yang mencolok dalam proses komunikasi pada masyarakat tradisional, yaitu sebagai berikut:

- 1) Tidak terorganisir sebagai suatu sistem yang jelas, karena berbeda dengan proses-proses sosial yang lainnya.
- 2) Mereka yang berpartisipasi dalam proses komunikasi tersebut melakukan atas dasar posisi sosial atau politik yang diduduki oleh yang bersangkutan dalam masyarakatnya, dan sepenuhnya berdasarkan ikatan pribadi mereka.
- 3) Informasi biasanya mengalir mengikuti garis hierarkis sosial atau menurut pola tertentu berdasarkan hubungan sosial tiap komunitas. Proses dan isi komunikasi. Penyebabnya adalah karena proses komunikasi yang dimaksud umumnya erat berkaitan struktur dasar masyarakat tradisional, sehingga tindakan mengevaluasi, menginterpretasi, dan memberi respon terhadap segala aktivitas komunikasi umumnya diwarnai oleh pertimbangan-pertimbangan

yang langsung berhubungan dengan hierarki status antara komunikator dan khalayak.

c. Saluran masukan (input)

Saluran masukan (input) adalah saluran yang memungkinkan terbentuknya input bagi sistem politik yang di maksud. Biasanya saluran ini melakukan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Alternatif kebijakan umum dengan cara memberikan masukan ke suprastruktur mulai dari ide, gagasan, pemikiran hingga naskah akademik terkait dengan berbagai hal yang akan menjadi keputusan bersama.
- 2) Tuntutan dengan cara mengajukan berbagai desakan agar sesuatu direalisasikan atau dikonsensuskan.
- 3) Dukungan dengan cara dengan cara menyampaikan sikap mendukung suatu kebijakan atau suatu pilihan, sehingga memperjelas sikap politik masyarakat.
- 4) Kontrol melalui berbagai cara yang dapat mengingatkan, mengarahkan, dan memberi peringatan pihak-pihak lain seperti pemerintah untuk mengikuti kesepakatan-kesepakatan yang telah ada.

Biasanya saluran input ini bisa dipakai jika *public relations* politik memiliki hubungan baik dengan kelompok penekan, seperti serikat pekerja, LSM, kelompok aktivis kampus, kelompok aktivis kepemudaan atau berhubungan dengan kelompok kepentingan seperti organisasi kemasyarakatan, ataupun himpunan pengusaha.

d. Saluran Keluaran (output)

Saluran keluaran adalah struktur formal yang biasanya terkait dengan keluarnya berbagai keputusan atau kebijakan umum, sehingga saluran ini seringkali diidentikkan dengan struktur formal dari pemerintah secara rinci saluran ini banyak terkait dengan kebijakan umum, kesepakatan-kesepakatan formal, regulasi, legislasi, dan implementasi kebijakan dalam birokrasi.

Dengan demikian saluran yang dimaksud antara lain legislatif dan birokrasi pemerintahan. Misalnya, dengan menguasai atau memilih pengaruh pada para anggota DPR, diharapkan terakomodasinya keinginan pemerintah dalam legislasi.

e. Saluran Media Massa

Media massa, baik cetak maupun elektronik, seperti televisi, radio, dan media baru seperti internet menjadi media yang paling mendukung pelaksanaan program *public relations* politik di era modern. Lesly (1991 : 7) menjelaskan bahwa media *relations* berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi. Sebagaimana kita ketahui bahwa media massa itu bersifat seperti:

- 1) Melembaga, artinya apa yang dipublikasikan oleh media merupakan produk yang menjadi tanggung jawab institusi media yang menyiarkan atau memublikasikannya. Rangkaian proses panjang pengelolaan media dengan melibatkan seluruh komponen pendukungnya, baik sumber daya manusia, teknologi maupun finansial, menjadi institusi ini melembaga.
- 2) Menyeluruh, artinya media menjangkau khalayak dalam skala yang luas dan segala lapisan masyarakat. Anak-anak, remaja, orang tua rata-rata saat ini diterpa oleh siaran atau publikasi media massa, sehingga menjadi saluran *public relations* politik yang potensial
- 3) Serentak, artinya media bisa diterima secara serentak oleh khalayak dalam waktu yang bersamaan. Misalnya program *public relations* politik yang ditayangkan melalui televisi akan segera bisa di akses oleh seluruh khalayak secara mudah, begitupun publikasi melalui media cetak yang memungkinkan informasi diterima khalayak relatif bersamaan.
- 4) Terstandarisasi, artinya media massa saat ini memiliki prosedur standar operasional yang memungkinkan para praktisi *public relations* politik untuk memanfaatkan sesuai dengan segmen, target sasaran dan anggaran yang dimiliki.

Adapun sejarah *public relations* politik seperti yang diungkapkan oleh Edward Bernays, sebagaimana dikutip oleh Straubhaar dan Larose (1997: 390-409), *public relations* politik selalu mengikuti peradaban. Di masa lalu,

mereka mempromosikan citra pasukan atau raja. Para pemimpin peradaban masa lalu seperti bangsa sumeria, babilonia, asiria, juga persia menggunakan puisi dan tulisan lainnya untuk mempromosikan kemampuan mereka dalam perjuangan dan politik. Di Mesir, banyak karya seni dan arsitektur (patung, candi, dan pusara) digunakan untuk memberi kesan pada public mengenai keagungan sang pemimpin. Dalam peradaban Israel Kuno, Kitab Bible dan juga teks-teks keagungan lainnya telah menjadi alat yang sangat ampuh dalam pembentukan cara pandang public. Seiring dengan pertumbuhan dunia Hellenik kata baik yang tertulis maupun terucap, telah menjadi kekuatan dahsyat dalam proses integrasi sosial. Athena misalnya telah menjadi pusat diskusi public yang memiliki perhatian pada bisnis dan kehidupan masyarakat. Orasi tumbuh subur dan kepentingan public menjadi pusat spekulasi filosofis

Dalam sejarah Roma Kuno, *public relations* misalnya terlihat dari *frasa vox populis vox dei* (suara rakyat adalah suara tuhan) dan *res publicae (public affair)* yang berarti republik. Julius Caesar selalu mengirimkan laporan kebijakan pemerintahannya. Para sejarawan sepakat bahwa dia juga menulis banyak komentar sebagai propaganda bagi dirinya. Inilah kekuatan berita yang membentuk opini public. Caesar telah mempublikasikan Koran hariannya yang disebut sebagai *acta diurna (daily actataudayli record)* yang berlanjut hingga 400 tahun. Istilah propaganda terlahir dari kosakata gereja katolik tepatnya

pada abad 17. Hal ini dibentuk dengan istilah *congregatio de propaganda*, atau semacam kelompok penyebar iman.

Public relations Politik berkontribusi selama abad pertengahan. Setelah masa renaissance dan masa reformasi yang menjadi dasar era modern, *Public relations* telah menjadi bagian integral manajemen organisasi public maupun pribadi seperti sekarang ini. Dokumen agung kebebasan telah mengkristal kekuatan opini public. The magna carta merupakan salah satu dari sekian dokumen yang menjadi inspirasi bagi konstitusi Amerika.

Dengan pertumbuhan yang pesat mengenai pengetahuan baru dalam bentuknya yang juga baru, misalnya terjemahan Bible dari bahasa latin ke bahasa sehari-hari, dan media massa cetak, seperti buku dan majalah pada abad ke-15 telah menjadi ledakan opini public. saat terjadinya revolusi Prancis, panggung publik telah terbentuk. dalam deklarasi hak asasi manusia dan warga negara pada tahun 1789, para pemimpin revolusi Prancis memproklamasikan hak-hak warga negara untuk mengekspresikan dan mengkomunikasikan pemikiran mereka secara bebas. Pada tahun 1792, pemerintahan Prancis membuat kementerian propaganda untuk pertama kalinya. Bagian dari seksi kementerian urusan dalam negeri terdapat *bureau d'Esprit* *subureau of the spirit* yang terdiri dari editor dan agen di banyak bidang untuk memenangkan dukungan bagi revolusi Prancis.

Para pemberontak koloni Inggris di Amerika memproduksi para ahli *public relations* yang menggunakan orasi, koran, pertemuan, komite, pamphlet dan

korespondensi untuk memenangkan kasus mereka termasuk di dalamnya adalah Benjamin Franklin, John Peter Zenger, Samuel Adams, Alexander Hamilton, James Madison, dan John Jay. Bahkan Adams disebut sebagai agen pers luar biasa dalam revolusi Amerika, terutama dalam menggerakkan perubahan politik. Begitu pula dengan Hamilton, Madison, dan Jay yang juga berhasil memenangkan ratifikasi konstitusi dengan memublikasikan surat yang mereka tulis dari wartawan di tahun 1787-1788, sehingga mereka lantas dikenal sebagai federalist paper.

Disaat yang sama, dokumen yang telah di produksi oleh para pendiri amerika tentu saja adalah *declaration of independence* konstitusi dan Bill of Right yang dapat dilihat sebagai pekerjaan luar biasa dari *public relations* Politik. Pada akhir abad ke-19 awal abad ke-20, PR politik telah tumbuh pesat. Ini merupakan era kelahiran amerika, karena perusahaan para pemodal, industry kereta api dan berbagai barang kegunaan sangat berkembang berseberangan dengan negara. *The Association of American Railroads* mengklaim bahwa organisasi merekalah yang pertama kali menggunakan istilah *public relations* di tahun 1897 dalam the year book of railway literature. Tahun 1900, *Public relations* telah berevolusi dari agen press dan *publish* yang sifatnya individu ke perusahaan konseling ahli di bidangnya. Perusahaan publisitas secara nasional pertama kali ada adalah *The Publicity Bureau* yang didirikan di Boston oleh George V. SMishaelis, Herbert Small dan Thomas O. Marvin.

Brian McNair dalam bukunya *An Introduction to Political* yang mengutip Stanley Kelley (1995: 133) menyebutkan bahwa abad ke-20 telah menjadi saksi kelahiran dan perkembangan sebuah profesi baru sebagai *'a class of professional propagandis'*. Para politisi secara cepat menggunakan prinsip dan metode perusahaan. Di tahun 1917 presiden amerika, Wilson telah mendirikan komite federal untuk urusan informasi public guna untuk mengatur opini publik tentang Perang Dunia 1. Di tahun 1928 partai demokrat mendirikan kantor permanen *Public relations* yang kemudian diikuti oleh kaum republic di tahun 1930-an. Di tahun 1970-an telah ada seratusan *full time* konsultan di amerika, dan Sebagian dari mereka juga berkembang di Inggris dan negara demokrasi lainnya. Di Inggris, di tahun 1980-an nama-nama Peter Mandelson, Tim Bell, The Saatchi Brothers dan Harvey Thomas telah menjadi tak terpisahkan dari proses *public relations* politik. Dari fakta-fakta tersebut, tak heran kemudian *public relations* politik pun terus berkembang hingga sekarang.

Adapun tujuan *public relations* politik menurut Heryanto (2020: 9) adalah mendapatkan dukungan politik dari publik internal maupun publik eksternal dalam pencapaian tujuan khusus sebuah organisasi atau institusi politik. Tujuan umum ini jika dirinci lagi adalah sebagai berikut :

- 1) Menciptakan solidaritas dan kohesivitas internal organisasi melalui upaya pelayanan public internal, sehingga seluruh komponen dan sumber daya politik

organisasi bisa dioptimalkan dalam pencapaian tujuan organisasi.

- 2) Menjembatani hubungan organisasi dengan publik eksternal dalam rangka menumbuhkan kesepahaman dan dukungan atas sejumlah program dan tujuan khusus organisasi
- 3) Memperoleh penemuan-penemuan, penyimpulan-penyimpulan dan rekomendasi atas sejumlah isu dan dinamika politik yang berkembang
- 4) Mengetahui secara pasti posisi kekuatan, kelemahan, dan peluang serta tantangan organisasi di tengah hubungannya dengan berbagai pihak di internal maupun di eksternal organisasi melalui evaluasi yang sistematis, terarah dan berkelanjutan

Bab 4

PENDEKATAN *PUBLIC RELATIONS* POLITIK

A. Pendekatan *Public Relations* Politik

Meskipun secara historis ada hubungan yang jelas antara hubungan masyarakat dan ranah politik, istilah hubungan politik dan masyarakat jarang digunakan (Jackson : 2010). Hubungan masyarakat *public relations* adalah istilah yang diakui secara luas, dan aktor politik mengandalkan komunikasi untuk menjangkau khalayak untuk mereka, namun istilah hubungan politik dan masyarakat jarang digunakan. Namun, sepanjang sejarah ada hubungan yang jelas antara hubungan masyarakat dan ranah politiknya. Tetapi sebagai contoh awal, beberapa sumber mengidentifikasi penggunaan tablet batu oleh pemerintah untuk memberikan saran kepada petani yang sekarang disebut timur tengah (Guth and marsh : 2006). Penyebaran agama katolik di eropa abad pertengahan banyak dipengaruhi oleh teknik *public relations* seperti dari mulut ke mulut dan penggunaan awal mesin cetak. Penggunaan praktis *public relations* disarankan oleh Moloney (2006) ketika ia mencatat sebagai agen komunikasi *public relations* memungkinkan kepentingannya yang berbeda untuk berinteraksi dan terlebih lagi ia mencatat bahwa dimana demokrasi telah menyebar ada banyak bukti *public relations* . Sebagai bagian struktur demokrasi ini, Davis (2000)

mengidentifikasi pentingnya pertumbuhan kelompok penekan yang menyuarakan keprihatinan individu, dan dengan demikian membentuk opini publik dan kebijakan publik. *Public relations* dipengaruhi dan mempengaruhi politik, sistem pemerintahan dan debat politik dan perkembangan terakhir dalam publik relation membentuk hubungan ini. Ada kesamaan dan area yang diperebutkan antara delapan pendekatan yang terpisah. Misalnya, antara hubungan relasi dengan publiknya, perspektif grunigian, manajemen relasi dan pembangunan komunitas pada tingkat yang berbeda-beda adalah pentingnya penelitian dan saling pengertian antara organisasi dan publiknya demikian pula hype, persuasi, manajemen reputasi, dan hubungan dalam pendekatan publik, semua berusaha untuk mempengaruhi audiens target mereka adalah merubah sikap dan perilakunya (Jackson: 2010). Sementara ini menyiratkan bahwa saling pengertian dan saling mempengaruhi adalah dua penentu utama dari sifat *public relations*. Akan keliru untuk menyarankan bahwa pendekatan hanya dibedakan oleh dua konsep ini. Ada beberapa bukti keterkaitan antara pendekatan yang mungkin tampak berlawanan pada pengukuran saling pengertian dan pengaruh ini. Misalnya, memberikan kesempatan kepada kelompok minoritas agar suara mereka di dengar, juga dapat ditemukan di berbagai tingkat dalam pendekatan persuasi, hubungan pada publik dan pembangunan komunitas. Secara umum pendekatan ini dapat dilihat sendiri, atau dengan kedekatan alami dengan pendekatan lain, tetapi kita tidak dapat menyimpulkan bahwa hal ini selalu terjadi. Hubungan pendekatan ini sangat

kompleks dan halus (Jackson : 2010). Misalnya, relasi politik dengan publik, pendekatan ini terkait dengan praktik *public relations* di Amerika, memaknai humas dengan cara membalik komponen istilah humas menjadi relasi dengan publik. Fokus pendekatan ini adalah praktisi *public relations* perlu mengidentifikasi, menjangkau, dan kemudian mengelola hubungan audiens utama mereka. Hal ini mungkin paling baik ditulis oleh Grunig dan Hunt (1984). Yang menyebutkan *public relations* sebagai manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya. Namun, pendekatan ini lebih dari yang dikatakan Gordon (1997) bahwa hubungan masyarakat tentang organisasi dengan publiknya; alih-alih *public relations* berusaha membantu praktisi *public relations* menjadi komunikator yang lebih efektif dengan lebih memahami publik mereka (Hutton 1999, Newson, 2000, Cutlip, 2006). Fokus pada publik terkait erat dengan praktisi yang menulis panduan bagaimana caranya. Misalnya Jefkins dan Yadin (1998) yang mengidentifikasi sepuluh publik dasar yang dapat diterapkan oleh praktisi. Publik dikategorikan berdasarkan judul keseluruhan yang menyiratkan beberapa karakteristik bersama seperti komunitas, karyawan dan investor.

Kemudian, pendekatan paradigma Grunigian, pendekatan ini dianggap sebagai yang dominan di dunia barat (L'Etang, 2008), memiliki kaitan yang jelas dengan hubungan hubungan dengan publik. Prinsip utama dari pendekatan Grunigian adalah bahwa peran *public relations* seharusnya membangun saling pengertian antara organisasi dengan publiknya (Newson, 2000, Baines, 2003, Cutlip, 2006, Guth dan Marsh, 2006, Seitel, 2007, Fawkes, 2008). Ini

menyiratkan pengembangan saling menguntungkan (Grunig dan Hunt, 1984) baik untuk organisasi dan publik mereka. Dengan memasuki komunikasi simetris satu sama lain, baik organisasi maupun publiknya mempelajari apa yang diinginkan masing-masing untuk saling menguntungkan. Paradigma Grunigian tidak selalu bergantung pada alat *public relations* tertentu, tetapi berusaha menjadi strategi dalam, mengatasi masalah besar dalam organisasi (Grunig dan Hunt: 1984, Springston : 1992). Meskipun ini kemudian diubah untuk mengakui bahwa ini mungkin tidak sesuai pada semua organisasi dalam semua situasi (Grunig : 1992) teori mengakui bahwa publik relation melibatkan kekuasaan dan bahwa ini mungkin ditimbang untuk satu kepentingan (Dozier : 1995). Namun, subteks dari pendekatan ini hampir selalu bahwa agar komunikasi menjadi efektif, jangka panjang, perlu ada situasi yang saling menguntungkan bagi organisasi dan publiknya. *Model excellence* menunjukkan bahwa komunikasi simetris dua arah tidak terjadi begitu saja secara otomatis, tetapi membutuhkan budaya yang inklusif dan terbuka dalam suatu organisasi (Grunig : 1992, Dozier : 1995) karena informasi tersedia secara bebas, Excellence menyiratkan bahwa komunikasi simetris dua arah yang efektif juga memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Ferguson (1984) publik relation berusaha untuk membangun saling pengertian, memang telah ada upaya untuk menghubungkan pendekatan Grunigian dan relasional. Apa yang penting bagi *public relations* adalah membangun hubungan dengan pemangku kepentingan utama. Pendekatan relasi berfokus pada sejumlah kecil pemangku kepentingan yang

berpengaruh dan sebagai konsekuensinya mengambil pendekatan strategis jangka panjang untuk publik relation.

Pendekatan ini menggunakan alat, tetapi karena berusaha membangun jaringan, pendekatan ini cenderung menekankan interaksi pribadi seperti rapat, lobi, sponsor dan keramahtamahan perusahaan. Ada hubungan yang jelas dengan paradigma grunigian karena pendekatan dialogis diasumsikan, dan sebagai hasilnya teknologi interaktif dianggap mendukung pendekatan relasional (Taylor : 2001). Hubungan relasi dengan publik, diaman pendekatan ini pada dasarnya adalah versi yang dipengaruhi oleh Amerika. Hubungan relasi dengan publik pada dasarnya adalah perspektif eropa daratan. Misalnya dalam bahasa jerman dan slavonik hubungan masyarakat berarti bekerja di depan umum (Ruler : 2007). Pendekatan ini berangkat dari tradisi politik dan filosofi yang berbeda, di mana yang menjadi *public relations* adalah masalah hak asasi manusia dan kebebasan berpendapat. Latar belakangnya adalah diskusi pada abad kedelapan belas dan awal abad kesembilan belas tentang representasi politik. Titik awal pendekatan ini sangat banyak dalam tradisi filsuf seperti *montesquieu* dan *roosevelt* dan *public relations* sangat erat dengan perjuangan demokrasi (Ruler dan Vercic: 2002). Oleh karena itu yang penting adalah siapa yang memiliki hak untuk didengarkan suaranya, dan oleh karena itu, pendekatan ini dikaitkan dengan perhatian hubungan sosial dan kekuasaan.

Oleh karena itu pendekatan eropa ini konsisten dengan pluralisme (Ihlen dan Ruler : 007). Dan terkait dengan konsep ruang publik (Habermas : 1989). Tujuan *public relations*

adalah untuk mendorong arus informasi dalam masyarakat, sehingga dipandang sebagai hubungan di ruang publik (Ruler dan Vercic : 2002). Bukti untuk manifestasi pendekatan eropa ini diberikan dalam penelitian Delphi para ahli PR di duapuluh lima negara (Vercic : 2001). Studi ini dirancang untuk menciptakan badan pengetahuan eropa (EMBOK) yang mungkin menentang penerapan model berbasis Amerika di seluruh dunia. Studi ini mengidentifikasi empat dimensi pendekatan eropa yaitu: manajerial, operasional, reflektif dan pendidikan (Ruler : 2000). Keempat dimensi ini menunjukkan bahwa di eropa *Public relations* bukan tentang membangun hubungan relasi dengan publik. Sebaliknya, pendekatan eropa menekankan bahwa *Public relations* mencerminkan bagaimana pandangan organisasi sesuai dengan perubahan pandangan masyarakat, dan untuk membantu semua anggota organisasi menjadi komunikator yang lebih efektif (Ruler dan Vercic : 2002).

Ini menekankan peran rentang batas persuasi yang dinegosiasikan dan komunikasi internal. Dan Hubungan politik dan publik. Hubungan politik dan publik dalam lingkup politik bukti pelajaran ini adalah dari pemasaran politik. Sementara jajak pendapat telah digunakan sejak pemerintahan Herbert Hoover tahun 1928 (Eisinger : 2000).

Yang setara dengan teori situasional, fokus pada efisiensi dan efektifitas pemilih jauh lebih baru. Partai politik semakin berupaya mengumpulkan data pemilih dan kelompok fokus (Lilleker : 2006). Dampaknya telah membentuk pesan partai. Misalnya, pada tahun 1980-an baik SDM maupun partai konservatif menargetkan pesan-

pesannya kepada khalayak kunci (Ring dan Harris : 2001). Pertanyaan kuncinya apakah para pihak telah menggunakan pendekatan yang lebih terpusat pada penelitian, tetapi mengapa dan efek apa. Penggunaan polling diyakini telah membantu memosisikan ulang Clinton pada tahun 1994 (Baines : 2006). Dan menggeser partai buruh dari pihak yang kalah empat kali yang kalah telak pada tahun 1997 McGough (2005) menyarankan bahwa Sin fein menggunakan segmentasi untuk menjangkau audiens utama yang sudah ada dan audiens baru. Penjelasan yang bermanfaat tersebut adalah menurut Scammell (1995) bahwa penelitian lebih sensitif terhadap pandangan pemilih. Namun, tercatat bahwa untuk pertama kalinya jajak pendapat pusat pemilihan AS 2000, Sherman dan Schiffman (2002) menyarankan bahwa ini banyak pihak yang meneliti audiensi utama mereka, tetapi mencoba memahami apa yang dipikirkan pemilih dan pendapat mereka. Di Australia O'Cass (1996) bahwa jajak pendapat tersebut untuk menilai keberhasilan kampanye, bukan untuk membantu kebijakan. Savigny (2007) menyarankan penyalahgunaan kelompok fokus oleh partai buruh adalah tidak ilmiah, dan membatasi debat demokratis pada segelintir orang. Oleh karena itu terbagi antara yang percaya bahwa pendekatan yang lebih berorientasi pada penelitian mencerminkan sikap proaktif yang berusaha mempengaruhi hasil pemilihan. Kemudian, Paradigma grunigian

Ada beberapa penggunaan paradigma grunigian untuk mengidentifikasi apa yang dipikirkan pemilih atau warga negara, tetapi ini pada dasarnya asimetris dirancang daripada

untuk diciptakan situasi menang-menangan (Crozier : 2007). Peningkatan *loop* informasi lebih bernilai bagi badan yang di luar seperti kelompok penekan daripada partai politik. Satu-satunya arena politik dimana ada beberapa dukungan teoritis atau empiris untuk paradigma grunigian adalah batas sempit internet.

Hiebert (2005) berpendapat dialog *online* bisa mengarah pada partisipasi yang lebih besar, namun teknologi baru adalah medan pertempuran mereka yang lebih menginginkan banyak dialog, dan mereka yang ingin mengontrol teknologi tersebut.

Meskipun demikian, *public relations* politik *online* mendukung pendekatan ini. Ada beberapa bukti bahwa kelompok penekan, dan partai-partai kecil lebih cenderung menggunakan komunikasi simetris dua arah. Sebagai sarana untuk merekrut dukungan baru karena mereka memiliki akses terbatas ke pemilih melalui media (Jackson : 2006). Jackson dan Lilleker (2004) mencatat bahwa anggota parlemen cenderung menggunakan komunikasi dua arah secara khusus untuk fungsi konstituen mereka. Secara keseluruhan, paradigma grunigian digunakan oleh mereka yang memiliki akses terbatas pada kekuasaan politik dan media massa tradisional. Selanjutnya Hubungan politik dengan publik. Rose (2008) menyarankan bahwa keragaman linguistik mencegah perkembangan ruang publik eropa. Namun, dia mencatat bahwa dengan bahasa inggris yang menjadi lingua franca, ada kemungkinan ruang publik semacam ini digunakan pada bahasa inggris di masa depan. Kemudian, Pembangunan komunitas politik.

Ada sedikit bukti bahwa *public relations* politik telah digunakan untuk mendorong pembangunan komunitas. Copus (2007) mengatakan bahwa banyak politisi demokrat liberal banyak menggunakan politik lokal, yang dapat menyatukan komunitas lokal. Politik komunitas merupakan alat pemilihan daripada tentang transformasi politik. Salah satu contoh *public relations* politik tampaknya sengaja digunakan untuk meningkatkan perkembangan masyarakat sipil di bosnia.

Pada dasarnya *public relations* politik merupakan aktivitas persuasi yang dilakukan terhadap publik, baik secara internal maupun secara eksternal sebuah institusi. Paling tidak ada delapan pendekatan yang lazim dalam kajian PR politik (Heryanto, 2012 : 19), antara lain:

1. Relasi Politik dengan Publik (*political relations publicity*) pendekatan ini sebenarnya terpengaruh oleh praktik PR di amerika. Fokus pendekatan ini pada proses identifikasi, pencarian dan pengaturan hubungan dengan orang-orang kunci.
2. Paradigma Politik Grunigian, singkatnya pendekatan ini menurut grunig dan hunt memandang *Public relations* sebagai manajemen komunikasi antar sebuah organisasi dan publiknya.
3. Hype Politik (*political hype*), hype politik merupakan kerja *Public relations* yang mengambil pendekatan publisitas . rumusnya "*to make noise*" untuk menggapai perhatian khalayak. dengan demikian, persuasi banyak dilakukan melalui media relations. Penggunaan *press release* dan

building personal relationship dengan wartawan menjadi kerja yang menonjol dalam pendekatan ini

4. Persuasi Politik (*political persuasion*), persuasi politik merupakan sebuah pendekatan pluralis yang memposisikan hubungan power tidaklah sama. Langkah persuasi merupakan upaya memperkaya informasi dan mengubah perilaku di identikan dengan propaganda.
5. Manajemen Hubungan politik, tujuan pendekatan ini memberi tekanan dan lobi dalam mempengaruhi kebijakan pemerintah. Pendekatan ini memaksimalkan ide dan kontak terhadap individu-individu aktivis organisasi yang menjadi bagian dari kebijakan komunitas.
6. Manajemen Reputasi Publik, pendekatan ini menekankan pada manajemen lintas hubungan. Fokus dalam identifikasi, pengaturan dan perubahan pada reputasi organisasi. Pendekatan ini menggunakan pendekatan persuasi untuk menajamkan opini, baik untuk audiens kunci maupun opini publik.
7. Hubungan Politik Publik, hubungan politik publik merupakan perspektif yang digunakan di Eropa yang fokus adalah "*working in public*" dengan cara memberi perhatian lebih pada penanganan isu-isu HAM dalam kebebasan berbicara.
8. Pembangunan Komunitas Politik, pendekatan ini lazimnya digunakan di The mid West America. Pendekatan ini dianggap cocok karena bisa mengurangi konflik.

Menurut Stromback dan Kiouis (2011 : 34) mengatakan *Public relations* Politik adalah proses manajemen suatu organisasi atau aktor individu untuk tujuan politik melalui komunikasi dan aksi yang bertujuan untuk mempengaruhi, membangun dan memelihara hubungan dan reputasi yang menguntungkan publik utamanya serta mendukung misi dalam mencapai tujuannya. Dimana *public relations* politik bertugas mengelola media, membangun dan mempertahankan hubungan baik dan saling menguntungkan dengan media.

Public relations politik menurut Danandjaja (2011: 12) dikenal dengan istilah lebih populer dengan hubungan masyarakat disingkat humas adalah suatu bidang spesialisasi dalam ilmu komunikasi yang menitikberatkan pada usaha menumbuhkan saling pengertian dan kerjasama antar public pada suatu instansi atau perusahaan. Selain itu Widjaja (2010 : 3) juga menyatakan bahwa eksistensi humas pada setiap lembaga/instansi merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka memperkenalkan kegiatan dan aktivitas pada masyarakat (khalayak). Berdasarkan hal tersebut tidak dapat menutup mata bahwa *public relations* politik yang berawal dari sebuah fungsi manajemen telah memberikan kontribusi sangat besar dalam konsepsi *public relations* dalam kehidupan manusia (Kasali, 2008: 31). Hal tersebut tercermin dalam konteks strategi bagaimana manajemen dapat membantu organisasi atau perusahaan menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi di dalam maupun diluar organisasi tersebut. Dalam pelaksanaan praktisi *public relations* politik akan menggunakan fungsi manajemennya

tersebut untuk melaksanakan tugas-tugasnya. Namun ketika melaksanakan proses manajemen tersebut praktisi *public relations* politik juga tidak dapat meninggalkan komunikasi dalam proses menjalankan strategi kehumasannya.

Menurut Smith (2005: 3) praktisi humas banyak banyak menghabiskan waktu bekerja dengan berkomunikasi. *Public relations* Politik baik yang berjangka panjang maupun yang berjangka pendek, biasanya direncanakan secara cermat, penuh perhitungan, dan hati-hati dengan tujuan yang hasilnya nyata. Menurut Jefkins (1998: 56) Ada empat alasan mengapa perencanaan program *public relations* politik dibutuhkan.

1. Untuk menetapkan target-target operasi *public relations* yang nantinya menjadi tolok ukur atas segenap hasil yang diperoleh. Dalam konteks *public relations* politik misalnya, target yang di maksud adalah peningkatan elektabilitas kandidat, dan adanya penguasaan orang atau sekelompok orang yang memiliki pengaruh seperti publik figur, selebritis, tokoh agama dan lain-lain
2. Untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan. Dalam konteks *public relations* politik, tiap anggaran yang dialokasikan untuk mempersuasi pihak lain tentu saja harus disesuaikan dengan pemetaan waktu. Misalnya, biaya kampanye politik harus dihitung berdasarkan sebaran waktu pelaksanaan kampanye.
3. Untuk menyusun skala prioritas guna menentukan jumlah program dan waktu yang diperlukan untuk melaksanakan program *public relations* yang

diprioritaskan. Contohnya adalah rencana strategi yang dalam jangka pendek hendak direalisasikan oleh seseorang atau lembaga.

4. Untuk menentukan kemungkinan pencapaian tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan ketersediaan staf pendukung atau personil yang mencukupi dan dukungan dari berbagai peralatan fisik seperti alat-alat kantor, mesin cetak, kamera, kendaraan serta anggaran dana yang tersedia. Dengan demikian, target operasi, jam kerja, prioritas penentuan waktu, sumberdaya peralatan, dan anggaran menjadi bagian yang sangat penting dalam penyelenggaraan program public relations. Tanpa adanya perencanaan seorang praktisi *Public relations* Politik akan beroperasi secara instingtif sehingga sangat mungkin dia kehilangan arah dalam pelaksanaan program-programnya.

Adapun pendekatan *public relations* politik dalam hal ini adalah sebagai berikut:

1. Pembangunan Komunitas

Heryanto (2012 : 21) berpendapat bahwa pendekatan ini lazimnya digunakan di The Midwest America, fokusnya pada upaya menciptakan dan mengatur rasa memiliki komunitas (*sense of community*). Pendekatan ini cocok ,terutama untuk mengurangi konflik.

Community building berasal dari pertengahan barat amerika, pendekatan ini mengacu pada pendekatan relasional, tetapi melangkah lebih jauh, untuk menunjukkan bahwa peran *public relations* adalah

untuk menciptakan dan memelihara rasa komunitas (Kruckeberg & Starck 1998). Pendekatan relasional berusaha pertama untuk memenuhi kebutuhan organisasi yang secara implisit dapat menguntungkan masyarakat yang lebih luas, tetapi pendekatan pembangunan komunitas secara eksplisit ingin meningkatkan dan memperbaiki masyarakat. Sementara aliran persuasif pluralis percaya bahwa *public relations* mewakili kepentingan dalam dunia yang kompetitif, pembangunan komunitas menunjukkan bahwa *public relations* dapat digunakan untuk mengurangi konflik (Kruckeberg & Starck 1998, Ledingham 2001, Cutlip et al. 2006). Manfaat bagi *public relations* adalah melalui proses dua langkah tidak langsung dengan membantu menciptakan rasa komunitas, misalnya melalui CSR dan urusan komunitas, organisasi dalam jangka panjang akan mendapat manfaat dari komunitas yang lebih stabil.

Fokus yang jelas pada pentingnya budaya, dan mengubahnya, menyiratkan kaitan dengan paradigma Grunigian (L'Etang 2008), dan diasumsikan bahwa alat yang digunakan akan bersifat dialogis. Ada juga hubungan yang jelas dengan gagasan McLuhan (1964) tentang desa global, karena organisasi ada dalam komunitas global (Kruckeberg 1995).

Pendekatan komunitarian ini menetapkan tujuan *Public relations* lebih luas daripada kepentingan pribadi, dan berusaha membantu menyatukan budaya (Culbertson & Chen 1997). Kruckeberg menyarankan

bahwa pendekatan komunitarian ini sekarang berkembang menjadi 'teori organik', yang menunjukkan bahwa tanggung jawab organisasi adalah untuk semua publik, bukan hanya publik yang aktif (Kruckeberg & Vujnovic 2007). Akibatnya, pembangunan komunitas bisa menjadi sarana bagi demokrasi politik dalam ekonomi kapitalis untuk bertahan.

Public relations Politik Meskipun istilah komunikasi politik mendominasi, beberapa komentator berusaha memberikan definisi *public relations* politik. Tak heran, ada anggapan bahwa *public relations* politik pada dasarnya bersifat persuasif. Misalnya, Froehlich & Rudiger (2005 : 18) mencatat bahwa *Public relations* politik adalah "Penggunaan saluran media untuk mengkomunikasikan interpretasi politik tertentu dari isu-isu dengan harapan mengumpulkan public dukungan. " Sementara mengakui penggunaan taktis hubungan media, Moloney & Colmr (2001) menyarankan bahwa *public relations* politik adalah alat strategis di mana partai menggunakan kebijakan, kepribadian dan presentasi untuk mendapatkan perhatian pemilih.

Pembangunan komunitas yang memerlukan beberapa definisi dan klasifikasi. Tema yang berulang di seluruh beberapa definisi komunitas adalah bahwa di dalam komunitas, ide dan nilai tertentu dibagikan. Komunitas adalah "sekelompok orang yang secara sosial saling bergantung, yang berpartisipasi bersama dalam diskusi dan pengambilan keputusan, dan yang

berbagi praktik tertentu yang mendefinisikan komunitas dan dipelihara olehnya” (Bella, Madsen, Sullivan, Swindler, & Tipton, 1985). Elemen kunci dari komunitas adalah “perasaan bahwa anggota memiliki rasa memiliki, perasaan bahwa anggota penting bagi satu sama lain dan kelompok, dan keyakinan bersama bahwa kebutuhan anggota akan dipenuhi melalui komitmen mereka untuk bersama” (McMillan & Chavis , 1986). Investigasi terhadap pembangunan komunitas di antara komunitas pengawasan menemukan bahwa elemen kunci dari komunitas adalah "saling ketergantungan antar anggota, rasa memiliki, keterhubungan, semangat, kepercayaan, interaktivitas, harapan bersama, nilai dan tujuan bersama, dan sejarah yang tumpang tindih di antara anggota" (Rivai, 2002).

Jadi ada beberapa dimensi pada komunitas, tetapi untuk penelitian kami, kami fokus pada rasa memiliki. Salah satu instrumen psikometrik yang telah divalidasi dengan baik untuk mengukur rasa memiliki komunitas adalah 10 item subskala dari Evaluasi Dukungan Interpersonal (Cohen, Hoberman, Kamarck, & Mermelstein, 1983). Item ini mengukur sejauh mana anggota komunitas berinteraksi dengan orang lain, merasa diakui/dihargai, berbagi minat, dan merasa disertakan. Kami mendalilkan bahwa referensi ke komunitas secara umum, dan kata, frasa, dan simbol internal bersama menarik minat bersama dan membuat pengguna merasa disertakan karena mereka

menyimpan informasi orang dalam. Mengikuti (Stvilia & Gibradze, 2014), pos pembangunan komunitas tidak sepenuhnya bersifat utilitarian, melainkan mempromosikan komunitas atau memberikan dukungan emosional, seperti menyemangati tim, berharap keberuntungan dalam ujian dalam pengawasan, atau nasihat untuk tetap aman dalam kondisi pemantauan pemilu dengan kondisi geografi yang tidak mendukung.

Di arena nirlaba, Gaby & Caren (Gaby & Caren, 2012) menemukan bahwa pesan yang sangat emosional yang menekankan konfrontasi dan solidaritas paling efektif untuk menarik pengikut ke gerakan politik. Kebutuhan untuk memiliki adalah motivator manusia yang fundamental dan universal yang menjelaskan banyak perilaku interpersonal (Baumeister & Leary, 1995). Pemicu lain, seperti kebutuhan akan kekuasaan atau kebutuhan untuk berprestasi, yang sering muncul dalam literatur motivasi, mungkin sebenarnya merupakan ekspresi dari kebutuhan yang lebih mendasar akan validasi dan pengakuan dari orang lain. Tidak adanya perasaan memiliki telah dikaitkan dengan ketidakbahagiaan dan depresi (Myers, 1992), dan salah satu praktik psikologi klinis yang direkomendasikan adalah menunjukkan kepada pasien bagaimana membentuk hubungan sosial (Brehm, 1987).

Banyak ritual manusia yang paling menggembirakan adalah mereka yang melibatkan

komitmen untuk memperkuat ikatan kelompok (Baumeister & Leary, 1995). Komunitas merupakan suatu kelompok yang di dalamnya setiap anggota disatukan oleh kesamaan visi dan misi serta tujuan. "Dalam ruang lingkup komunikasi, komunitas masuk ke dalam konteks komunikasi organisasi dimana individu yang bersama-sama, melalui suatu hirarki pangkat dan pembagian kerja berusaha mencapai tujuan tertentu" (Rogers dan Rogers dalam Moss dan Tubs, 2005: 164). Manusia sebagai individu merupakan penggerak dari jalannya organisasi dalam komunitas. Max Weber dalam Morissan (2013: 207) menjelaskan bahwa faktor individu sebagai penggerak awal suatu tindakan pada suatu kesatuan kumpulan yang terorganisir. Pernyataan tersebut memberikan penjelasan bahwa dalam suatu sistem organisasi pada komunitas yang dibentuk oleh serangkaian individu dengan konsep mengusung gerakan perubahan membutuhkan komunikasi efektif untuk membangun kesatuan dalam komunitas.

Martono (2011 : 49) menyebutkan bahwa sistem sosial terdiri dari sejumlah aktor individu yang saling berinteraksi. Dalam suatu sistem memiliki struktur sedemikian rupa sehingga dapat beroperasi dengan baik antar sistem lain.

2. Relasi Politik dan Publik

Heryanto (2012 : 19) berpendapat bahwa relasi politik dengan public sebenarnya terpengaruh oleh praktik *public relations* di amerika. Focus pada pendekatan ini pada proses identifikasi, pencarian dan

pengaturan hubungan dengan orang-orang kunci (*key audience*) singkatnya pendekatan ini menurut Grunig dan Hunt (1984: 4) memandang *public relations* sebagaimana manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya. Dilihat dari area politik, aktivitas ini sebenarnya berangkat dari proses marketing politik. Partai politik misalnya menggali efektifitas dan efisiensi pemilih dalam pemilu dengan cara mengumpulkan data melalui *polling* dan *focus group*.

Perkataan hubungan dalam frasa hubungan masyarakat diterjemahkan dalam kata *relations* (Inggris) yang dapat diartikan beberapa bentuk hubungan, dalam garis besar relasi politik dapat terbagi dua yaitu, hubungan dengan publik internal dan publik eksternal. Masing-masing hubungan masing dapat dijabarkan lagi dalam beberapa bentuk hubungan (Arifin, 2020 : 37).

Hubungan dengan publik internal (*internal public*) atau hubungan internal (*internal relations*), merupakan hubungan yang tercipta dalam organisasi melalui komunikasi antar individu yang merupakan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Arifin (2012 : 47-48) Hubungan internal disesuaikan dengan jenis dan besarnya organisasi dan dapat berbentuk :

- a. Hubungan dengan karyawan, hubungan dengan sivitas akademika, (dosen dan mahasiswa) atau hubungan dengan pegawai bagi instansi pemerintah, serta hubungan anggota bagi organisasi sosial dan politik.
- b. Hubungan dengan jajaran pimpinan; dan

c. Hubungan dengan pemilik saham perusahaan.

Hubungan internal pada umumnya terjalin melalui komunikasi interpersonal dan secara dialogis, tatap muka, dan timbal balik atau melalui komunikasi public dengan menggunakan retorika.

Bagi organisasi yang memiliki pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang banyak dan luas seperti organisasi besar dapat menggunakan media internal.

Sedangkan hubungan eksternal dapat dibagi lagi dalam beberapa bentuk sesuai karakteristik dan kebutuhan organisasi, yaitu :

- a. Hubungan dengan media (*media relations*)
- b. Hubungan dengan pelanggan (*customer relations*)
- c. Hubungan dengan investor (*investor relations*)
- d. Hubungan dengan komunitas tertentu (*community relations*)
- e. Hubungan dengan pemerintah (*government relations*)
- f. Hubungan dengan public internasional (*international public relations*)

Hubungan dengan pelanggan dan hubungan investor tentunya diperlukan dengan perusahaan atau industri sedangkan hubungan dengan pemerintahan tentunya diperlukan bagi organisasi non pemerintah termasuk perusahaan swasta, sedangkan humas pemerintah, humas partai politik, humas universitas atau perguruan tinggi dan humas organisasi nirlaba akan memerlukan bentuk hubungan sesuai dengan kebutuhannya.

Perkataan hubungan dapat dimaknai sebagai keadaan berhubungan atau bersambung anantara satu pihak dengan pihak lainnya. Hubungan dapat juga berarti kontak, ikatan dan pertalian. Hubungan dapat terbentuk antara manusia yang bersifat manusiawi yang dikenal dengan human relations, hubungan juga dapat terbentuk antara organisasi dengan individu, antara organisasi dengan organisasi lain, atau organisasi dengan public atau masyarakat (Arifin , 2020). Public diartikan sebagai individu-individu yang diikat oleh kepentingan dan minat yang sama terhadap suatu masalah dan berusaha mencari solusi untuk kepentingan Bersama.

Relasi politik dengan publik bisa juga disebut hubungan politik dengan public. Hubungan Politik dengan Publik Dalam lingkup politik, bukti sekolah ini berasal dari pemasaran politik. Sementara jajak pendapat telah digunakan sejak pemerintahan Presiden Herbert Hoover (1928-32) (Eisinger 2000), yang setara dengan Teori Situasional, fokus pada efisiensi dan efektivitas pemilihan jauh lebih baru. Partai politik semakin berupaya mengumpulkan data pemilih melalui polling dan kelompok fokus (Lees-Marshment 2001, Worcester & Baines 2006, Lilleker & Negrine 2006). Dampaknya telah membantu membentuk pesan partai, misalnya, pada 1980-an baik SDP maupun Partai Konservatif menargetkan pesan-pesannya kepada khalayak kunci (Scammell 1995, Wring & Horrocks 2001).

Pertanyaan kuncinya bukanlah apakah para pihak telah menggunakan pendekatan yang lebih berpusat pada penelitian, tetapi mengapa dan dengan efek apa. Penggunaan *polling* diyakini telah membantu memosisikan ulang Clinton pada tahun 1994 (Worcester & Baines 2006), dan menggeser Partai Buruh dari pihak yang kalah empat kali menjadi pihak yang kalah telak pada tahun 1997. McGough (2005) menyarankan bahwa Sinn Fein menggunakan segmentasi untuk menjangkau audiens utama yang sudah ada dan audiens baru. Penjelasan untuk manfaat tersebut adalah, menurut Scammell (1999), bahwa peningkatan penelitian telah membuat partai politik lebih sensitif terhadap pandangan pemilih. Namun, sementara mencatat bahwa untuk pertama kalinya jajak pendapat menjadi pusat perhatian pada pemilihan AS 2000, Sherman & Schiffman (2002) menyarankan bahwa ini bukan banyak pihak yang meneliti audiens utama mereka, tetapi mencoba memahami apa yang dipikirkan pemilih dan pendapat mereka. kemungkinan perilaku memilih. Di Australia, O'Cass (1996) berpendapat bahwa jajak pendapat tersebut digunakan untuk menilai keberhasilan kampanye, bukan untuk membantu mengembangkan kebijakan. Savigny (2007) melangkah lebih jauh dan menyarankan bahwa penyalahgunaan kelompok fokus oleh Partai Buruh adalah tidak ilmiah, dan membatasi debat demokratis pada segelintir orang. oleh karena itu, terbagi antara yang percaya bahwa pendekatan yang lebih

berorientasi pada penelitian mencerminkan sikap proaktif yang berusaha mempengaruhi hasil pemilihan, dan yang menunjukkan aktivitas semacam itu hanyalah deskripsi tentang apa yang terjadi.

3. Paradigma Grunigian

Heryanto (2012 : 20) mendefinisikan paradigma politik grunigian yakni bagaimana menciptakan pemahaman Bersama (*mutual understanding*) antara organisasi dengan publiknya. Menurut Grunig dan Hunt (1984) tindakan pokoknya adalah bagaimana mengembangkan mutual benefit (keuntungan Bersama). Prasyarat utamanya adalah harus ada *two way symmetrical communication*. *Public relations* dilakukan melalui riset tentang identifikasi pemikiran pemilih atau warga masyarakat sehingga melahirkan situasi *win-win*.

Pendekatan Paradigma Grunigian ini, yang diyakini sebagai pandangan dominan di dunia Barat (L'Etang 2008), memiliki kaitan yang jelas dengan pendekatan hubungan dengan publik. Prinsip utama dari paradigma Grunigian adalah bahwa peran *Public relations* seharusnya membangun saling pengertian antara organisasi dan publiknya (Newsom et al. 2000, Baines et al. 2003, Cutlip et al. 2006, Guth & Marsh 2006, Seitel 2007, Fawkes 2008). Ini menyiratkan pengembangan saling menguntungkan (Grunig dan Hunt 1984), baik untuk organisasi dan publik mereka. Dengan memasuki komunikasi simetris satu sama lain, baik organisasi maupun publiknya mempelajari apa yang diinginkan

masing-masing, untuk saling menguntungkan. Model dua arah simetris (*two way symmetric model*) itu terfokus pada dialog secara jujur, saling menghargai dan saling menerima, daripada monolog dalam melakukan interaksi atau hubungan antar manusia. Model dua arah simetris ini merupakan proses komunikasi timbal balik yang bersifat dialogis, dimana semua pihak yang terlibat dalam komunikasi berada pada posisi yang sama. Pihak organisasi dan manajemen menghargai pandangan dan masukan dari publik (pemangku kepentingan) sebagai umpan balik kegiatan komunikasi humas, dan bersedia mengubah dan menyesuaikan kebijakannya dengan kepentingan dan keinginan public. Model dua arah simetris itu banyak dipraktekkan pada abad 21 ini, sebagai bentuk paradigma baru humas, terutama oleh organisasi nirlaba, Lembaga pemerintahan, dan Lembaga hukum. Sementara itu, perusahaan dan partai politik yang mengalami persaingan ketat belum begitu tertarik melaksanakannya.

Tiga model lain dari Grunig dan Hunt (1984) itu adalah model agen pers/publisitas, model informasi publik, dan model dua arah tak simetris. Setiap model itu dibedakan berdasarkan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Meskipun humas mengembangkan fungsinya dengan melakukan komunikasi persuasif (pembujukan), tidak semua model digunakan harus digunakan melakukan persuasi.

Model agen pers lebih banyak digunakan untuk propaganda, yaitu mempengaruhi publik secara persuasif tanpa memperhatikan moral dan etika. Alur informasi yang dipakai adalah satu arah (*one way communication*) dari organisasi kepada khalayak tanpa memerlukan umpan balik. Tujuan utamanya adalah mempengaruhi public saja, yang berkembang pada abad ke-19 hingga abad ke-20 sebagai bentuk kerja agen pers (*pres agent*).

Model informasi public seharusnya hanya digunakan untuk menyebarkan informasi kepada publik, tetapi dalam kenyataannya banyak juga digunakan untuk memersuasi (membujuk) publik. Namun, upaya itu dilakukan dengan pendekatan kejujuran dalam berkomunikasi dengan memperhatikan etika dan moral, walaupun masih bersifat satu arah. Banyak juga organisasi yang mengenalkan diri sendiri melalui buku, buletin, brosur dan laman (*website*). Model informasi publik ini selama sejak abad ke-20 hingga kini. Organisasi yang telah menggunakan model informasi publik itu adalah organisasi.

Model dua arah tak simetris banyak dilakukan dengan tujuan memersuasi atau mempengaruhi publik dengan jujur berdasarkan ilmu pengetahuan sosial dan hasil riset tentang sikap dan perilaku publik yang disebut dengan persuasi ilmiah (*scientific persuasion*). Hasil riset dipandang sebagai informasi dari publik yang diperoleh dengan menggunakan metode ilmiah sehingga terjadi komunikasi dua arah, meskipun tidak

seimbang Karena tujuan utamanya tetap untuk memersuasi atau membujuk publik berdasarkan ilmu pengetahuan sosial yang dijiwai nilai-nilai dan etika ilmiah.

Keempat model hubungan yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (1984) itu dipandang sebagai teori normatif yaitu teori yang digunakan untuk mengenali masalah. Sementara itu, teori yang digunakan untuk menyelesaikan masalah adalah teori positif, Grunig (2002: 156) *public relations* memberikan kontribusi terhadap efektifitas organisasi dengan membangun kualitas hubungan jangka Panjang dengan publik melalui komunikasi simetris.

Paradigma Grunigian tidak selalu bergantung pada alat *Public relations* tertentu, tetapi berusaha menjadi strategis di alam, mengatasi masalah besar yang dihadapi organisasi (Grunig & Grunig 1992). Inti dari pendekatan ini adalah kebutuhan untuk mengembangkan dialog. Awalnya sudut pandang ini menyarankan bahwa secara normatif setiap umpan balik harus simetris dua arah (Grunig dan Hunt 1984, Springston et al. 1992), meskipun ini kemudian diubah untuk mengakui bahwa ini mungkin tidak sesuai untuk semua organisasi dalam semua situasi (Grunig & Grunig 1992).

Teori mengakui bahwa *Public relations* melibatkan hubungan kekuasaan, dan bahwa ini mungkin ditimbang untuk kepentingan satu kepentingan (Dozier et al. 1995). Namun, subtteks dari pendekatan ini hampir

selalu bahwa agar komunikasi menjadi efektif, jangka panjang dan strategis, perlu ada situasi yang saling menguntungkan baik bagi organisasi maupun publiknya. Model Excellence menunjukkan bahwa komunikasi simetris dua arah tidak hanya terjadi secara otomatis, tetapi membutuhkan budaya inklusif dan terbuka dalam suatu organisasi (Grunig 1992, Dozier et al. 1995). Karena informasi lebih tersedia secara bebas, Excellence menyiratkan bahwa komunikasi simetris dua arah yang efektif juga memberikan manfaat bagi masyarakat yang lebih luas. Namun, para kritikus menyatakan bahwa paradigma Grunigian adalah utopis (Heath 2001, McKie 2001, Moloney 2006, Heath 2008).

B. Pemilihan Umum

Pemilihan umum adalah cara atau sarana untuk mengetahui keinginan rakyat mengenai arah dan kebijakan negara. Juga bisa dikatakan bahwa pelaksanaan pemilu adalah implementasi dari sistem pelaksanaan demokrasi yang sesungguhnya (Morrison, 2005 : 17). Dari pendapat tersebut dapat dijelaskan pemilu adalah instrumen untuk mewujudkan kedaulatan rakyat, membentuk pemerintahan yang sah, serah sebagai sarana aspirasi kepentingan rakyat.

Kedaulatan rakyat dijalankan oleh wakil rakyat yang duduk dalam parlemen dengan sistem perwakilan (*representative democracy*) atau demokrasi tidak langsung (*indirect democracy*). Wakil-wakil rakyat ditentukan sendiri oleh rakyat melalui Pemilu (*general election*) secara berkala agar dapat memperjuangkan aspirasi rakyat. Setiap warga negara

mempunyai hak untuk memilih, namun undang-undang mengadakan pembatasan umur untuk dapat ikut serta dalam pemilihan umum. Adapun kesetaraan batas umur 17 tahun dengan berdasarkan perkembangan politik di Indonesia, warga negara Indonesia yang telah mencapai umur 17 tahun telah mempunyai tanggung jawab politik terhadap bangsa dan negara. Sehingga sewajarnya untuk diberikan memilih wakilnya dalam pemilu.

Salah satu pilar pokok dalam setiap sistem demokrasi adalah adanya mekanisme penyaluran pendapat rakyat secara berkala melalui pemilihan umum yang diadakan secara berkala. Pemilihan umum juga merupakan salah satu sarana penyaluran hak asasi warga negara yang sangat prinsipal. Sejak merdeka pada tahun 1945, Indonesia sudah melaksanakan Pemilihan Umum (selanjutnya disebut Pemilu) sebanyak sebelas kali yaitu terhitung mulai dari Pemilu pertama pada tahun 1955 sampai dengan Pemilu tahun 2014. Dengan demikian, Pemilu tahun 2019 merupakan Pemilu yang kedua belas yang akan dilaksanakan di Indonesia. Dalam sejarah singkat ketatanegaraan di Indonesia, setelah Presiden Soeharto lengser dari kekuasaannya pada tahun 1998, jabatan Presiden Republik Indonesia digantikan oleh Wakil Presiden Bacharuddin Jusuf Habibie. Dengan pergantian kepemimpinan tersebut, atas desakan rakyat Indonesia, Pemilu dipercepat dan dilaksanakan pada tanggal 7 Juni 1999 atau tiga belas bulan masa kekuasaan Bacharuddin Jusuf Habibie.

Pemilihan umum diadakan sebagai perwujudan negara yang menganut sistem demokrasi dan juga penerapan nyata

proses pelaksanaan demokrasi itu sendiri. Yaitu salah satunya adalah menggunakan hak pilih sebagai masyarakat dalam pemilu. Juga pemilu merupakan arena pertarungan untuk mengisi jabatan politik di pemerintahan dengan menggunakan cara pemilihan yang dilakukan oleh warga negara yang bersyarat. Secara umum pemilu adalah cara yang dilakukan oleh rakyat untuk menentukan pemimpin atau wakilnya di pemerintahan serta dapat dikatakan sebagai hak masyarakat sebagai warga negara untuk memilih wakilnya di pemerintahan (Sarbini, 2015 : 107).

Pemilu merupakan salah satu dari praktek demokrasi di Indonesia. Masyarakat sebagai warga Negara ikut terlibat untuk menentukan figure dan arah kepemimpinan negara melalui proses politik di tanah air melalui pesta demokrasi, secara fungsional demokrasi diartikan sebagai nilai kehidupan yang baik sebagai interaksi social dan sebagai kebijakan publik hasil kompromi dari konflik atau interaksi kepentingan. Jujur, bebas, merdeka, adil, persamaan, persaudaraan dan berbagai hak individu serta sosial adalah seperangkat nilai dasar demokrasi yang berakar pada filsafat Yunani kuno, dan kemudian dihidupkan dalam konstitusi Inggris lalu di cetuskan kembali dalam revolusi Prancis sampai Amerika Serikat untuk kemudian dinyatakan dalam piagam PBB dan akhirnya dijadikan kerangka bernegara-berbangsa dalam konstitusi berbagai negara republik demokratis (Sanit, 2015: 158). Dalam negara demokrasi rakyat sebagai pemilik kedaulatan. Kedaulatan merupakan kekuasaan dalam pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik yang mencakup kebijakan publik dan keputusan politik yang

mencakup kebijakan politik dan keputusan yang mencakup kebijakan publik dengan menentukan pejabat publik yang diberi kewenangan untuk melaksanakan kebijakan publik (Cholisin,2009: 29).

Dalam konteks ini pemilu dapat dimaknai bahwa pemilu memiliki fungsi utama untuk menghasilkan proses politik yang benar-benar merupakan perwujudan kehendak rakyat. Alfian (1992: 342) menjelaskan intisari sistem politik demokrasi terletak pada pengakuan, dan pelaksanaan pengakuan itu, bahwa kekuasaan politik sebenarnya berada di tangan anggota-anggota masyarakat atau rakyat. Ini berarti ketika suatu sistem politik itu masih mencerminkan pengakuan dan pelaksanaan kekuasaan politik, maka sistem politik itu masih layak diangkat sebagai demokrasi, walaupun disana-sini masih terlihat berbagai kecurangan dan kelemahan.

Banyak harapan yang tertumpu pada pelaksanaan pemilu serentak tahun 2019. Dalam konteks pemilu legislatif dan presiden dan wakil presiden, pemilu serentak harus menghadirkan sistem pemilu yang berkeadilan bagi seluruh rakyat. Surbakti, dkk (2011: 8) memberikan pandangan tentang sistem pemilu legislatif. Menurutnya, sistem pemilu legislatif dalam pemilihan umum dibagi atas tiga sistem utama, yaitu: (1) Sistem mayoritarian. Sistem mayoritarian merupakan sistem yang menyediakan satu kursi atau *single constituency* dalam daerah pemilihan, dan ditentukan oleh perolehan suara terbanyak; (2) Sistem proporsional, yaitu kebalikan dari sistem mayoritarian. Setiap daerah pemilihan tersedia banyak kursi dengan perolehan kursi parpol secara proporsional dengan ketentuan jumlah suara terbanyak; dan

(3) Sistem semi proporsional merupakan gabungan dari kedua sistem di atas.

Sedangkan dalam pemilu presiden dan wakil presiden, sistem dilakukan dengan dua cara, yaitu pertama, pemilu secara langsung (*popularly elected*) adalah calon yang mendapatkan suara terbanyak ditetapkan sebagai presiden terpilih, sedangkan dalam pemilu tidak langsung (*electoral college*) adalah dilakukan melalui porsi suara wakil rakyat (DPRD Provinsi atau DPRD Kabupaten/Kota) yang menjadi representasi rakyat dalam pemilihan umum presiden dengan perolehan suara lebih 50 %. Calon yang memperoleh suara terbanyak ditetapkan sebagai pemenang dalam pemilu secara langsung. Sedangkan dalam pemilu tidak langsung, calon yang menempatkan 50% wakilnya yang akan terpilih menjadi presiden (Surbakti, dkk. 2011: 9).

Implikasi yang diharapkan dari adanya pemilu serentak adalah efisiensi pelaksanaan pemilu disertai efektifitas yang mengikutinya, yang dapat menekan pengeluaran dana negara dalam pemilu. Dengan pemilu serentak maka partai politik dituntut untuk menyederhanakan sistem parpol dengan multi partai sederhana, sehingga tingkat relevansinya antara sistem pemilu dan sistem parpol dapat berjalan beriringan dengan penguatan terhadap sistem presidensial, yang berdampak kepada konsepsi kebijakan-kebijakan pemerintah yang didukung secara penuh dan solid dalam parlemen terhadap penyelenggaraan pemerintahan di Indonesia (Solihah, 2018: 81).

Dalam konteks pemenuhan harapan masyarakat terhadap proses dan hasil pemilu serentak tahun 2019, pihak

penyelenggara pemilu dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia harus berusaha mewujudkan pemilu yang demokratis dan partisipatif. Hal ini selaras dengan pernyataan Mariana (2008: 29-30) bahwa pemilihan umum merupakan salah satu prosedur yang digunakan untuk mewujudkan demokrasi. Dalam pandangan pendukung Schumpeterian, pemilu bahkan menjadi esensi demokrasi. Tentu saja, pemilu yang dimaksud adalah pemilu yang partisipatif, kompetitif, serta menjamin tersedianya kebebasan sipil dan politik. Secara prosedural, Ketiga hal pokok tersebut dilembagakan dalam pemilu dan lembaga perwakilan. Pemilu menjadi arena kompetisi untuk menentukan pejabat-pejabat publik di eksekutif maupun di legislatif. Karenanya dalam pandangan prosedural, pemilu legislatif dan pemilihan presiden memiliki arti yang sangat penting bagi perjalanan demokrasi di Indonesia.

Pelaksanaan pemilu dikatakan berjalan secara demokratis apabila setiap warga negara Indonesia yang mempunyai hak pilih dapat menyalurkan pilihannya secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Penyelenggaraan pemilu yang bersifat langsung terjadi manakala rakyat sebagai pemilih berhak untuk memberikan suaranya secara langsung sesuai dengan kehendak hati nuraninya tanpa perantara. Pemilu bersifat umum artinya dalam penyelenggaraannya terwujud suatu kondisi terjaminnya kesempatan yang sama bagi semua warga negara tanpa diskriminasi. Pemilu bersifat bebas berarti setiap warga negara yang berhak memilih bebas untuk

menentukan pilihannya tanpa tekanan dan paksaan dari siapapun

Dalam pemilu juga terdapat asas pemilu yaitu :

a. Langsung

Langsung berarti, pemilih dalam hal ini masyarakat memilih wakilnya secara langsung sesuai keinginan dan tanpa perantara.

b. Umum

Umum dalam artian berlaku pada seluruh rakyat indonesia yang telah memenuhi persyaratan tanpa membedakan suku, agama, ras, jenis kelamin, daerah, status sosial dan lain sebagainya.

c. Rahasia

Rahasia yaitu dalam menentukan pilihannya, pemilih dijamin kerahasiaan pilihannya. Pemilih memberikan hak suaranya tanpa diketahui orang lain.

d. Bebas

Bebas dalam pengertian pemilu adalah seluruh warga negara yang telah memenuhi persyaratan sebagai pemilih pada pemilu bebas menentukan siapa yang akan dipilihnya tanpa ada tekanan dari siapapun.

e. Jujur

Jujur yaitu semua pihak yang terkait dalam pemilu harus bertindak dan bersikap jujur sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

f. Adil

Adil dalam pelaksanaan pemilu, setiap peserta pemilihan dan pemilih dalam pemilihan umum

mendapat perlakuan sama serta bebas dari kecurangan dari pihak manapun.

Bab 5

KAMPANYE

Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan orang atau kelompok (organisasi) dalam waktu tertentu untuk memperoleh dan memperkuat dukungan politik dari rakyat atau pemilih. Kampanye politik merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

Roger dan Story (1987) mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Sementara Pfau dan Parrot (1993) kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan. Dengan demikian kampanye komunikasi adalah tindakan komunikasi yang terorganisir yang diarahkan pada khalayak tertentu, dan pada periode waktu tertentu guna mencapai tujuan tertentu, Charles U. Larson (1992) membagi tiga jenis kampanye sebagai berikut :

1. *Product-Oriented Campaigns*. Kampanye yang berorientasi pada produk umumnya terjadi di lingkungan bisnis. Motivasinya adalah memperoleh keuntungan finansial.
2. *Candidate Oriented-Campaigns*. Kampanye yang berorientasi pada kandidat umumnya di motivasi oleh hasrat untuk memperoleh kekuasaan.
3. *Ideologically Campaigns*. Jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan sering kali berdimensi perubahan sosial, disebut juga sebagai *social change campaigns*.

Menurut Pfau dan Parot (1993) "*campaigns are inherently persuasive communication activities*" empat aspek dalam kampanye persuasif yang tidak dimiliki, dan tindakan persuasif perorangan, yaitu sebagai berikut :

1. Kampanye secara sistematis berupaya menciptakan tempat tertentu dalam pikiran khalayak tentang produk, kandidat atau gagasan yang di sodorkan
2. Kampanye berlangsung dalam berbagai tahapan mulai dari menarik perhatian khalayak untuk bertindak hingga akhirnya mengajak mereka melakukan tindakan nyata.
3. Kampanye juga mendramatisasi gagasan-gagasan yang disampaikan pada khalayak dan mengundang mereka untuk terlibat baik secara simbolis maupun praktis, guna mencapai tujuan kampanye.
4. Kampanye juga secara nyata menggunakan kekuatan media massa dalam upaya menggugah kesadaran hingga mengubah perilaku khalayak.

Menurut Dan Nimmo, kampanye adalah upaya untuk mempropagandakan pemberi suara yang potensial (Nimmo, 2006: 195).

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dinyatakan bahwa kampanye politik adalah: (1) proses transformasi informasi dalam beragam bentuk pesan politik kepada khalayak melalui saluran dan media komunikasi tertentu untuk mempengaruhi serta menciptakan opini publik; (2) sebuah upaya terorganisasi yang bertujuan mempengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih. Kampanye politik selalu merujuk pada kampanye pemilihan umum; (3) bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh seseorang, kelompok, atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat. Kampanye politik diatur dengan peraturan tersendiri, baik waktu, tata cara, pengawasan, dan sanksi-sanksi jika terjadi pelanggaran. Dengan demikian, kampanye politik adalah kegiatan yang bersifat formal sebagai ajang perebutan jabatan politik. Dalam kampanye politik, biasanya semua bentuk komunikasi politik dikembangkan, seperti agitasi politik, propaganda politik, *public relations* politik, dan retorika politik. Namun, pada era demokrasi saat ini penggunaan agitasi dan propaganda politik yang mengabaikan nilai-nilai kebenaran, etika, dan moral sudah ditinggalkan (Arifin, 2003). Beragam bentuk propaganda, kampanye hitam, dan kampanye negatif dilakukan untuk menjatuhkan lawan melalui pembentukan opini negatif. Kampanye hitam dilakukan tanpa mempertimbangkan etika, nilai sosial budaya, serta etika moral yang berlaku.

Kampanye Hitam dan Negatif acapkali menjadi pilihan utama namun terselubung karena mungkin saja dilakukan oleh pihak kandidat yang bersangkutan atau dilakukan oleh lawan politik. Tindakan politik semestinya tetap mempertimbangkan etika dan moral agar tidak muncul pesan-pesan bohong, subjektif, menuduh pernyataan tanpa data, atau melakukan fitnah demi memuluskan tujuan mencapai kekuasaan. Pada dasarnya yang harus disadari bahwa proses politik bukan sekadar upaya untuk mencapai kekuasaan pada waktu tertentu, melainkan harus dipandang sebagai proses tanggung jawab sosial dan budaya kepada masyarakat dan generasi muda agar mereka ke depannya mempertimbangkan etika dalam setiap tindakan politik.

Sebagaimana dinyatakan bahwa kampanye politik adalah sebuah tindakan yang terorganisasi oleh komunikator profesional. Kampanye politik dalam aktivitas politik modern dilakukan secara terorganisasi. Artinya, terdapat pihak-pihak tertentu yang mengelola dan menjalankan kampanye sesuai dengan tujuan Partai atau Kandidat Politik. Pengelolaan dan pelaksanaan kampanye biasanya dilakukan oleh komunikator politik profesional. Merekalah yang membantu menjalankan proses politik para politikus dan partai politik atas dasar kepentingan ekonomi.

Bab 6

PENGAWASAN

Controlling is the process of measuring performance and taking action to ensure desired results . Pengawasan adalah proses dalam menetapkan ukuran kinerja dan pengambilan tindakan yang dapat mendukung pencapaian hasil yang diharapkan sesuai dengan kinerja yang telah ditetapkan tersebut (Schermerhorn, 2002: 12). Dari pendapat tersebut dapat kita katakan bahwa pengawasan bagian dari manajemen dimana pengawasan dianggap sebagai bentuk pemeriksaan atau pengontrolan dari pihak yang lebih atas kepada pihak yang dibawahnya.

Pengawasan dapat didefinisikan sebagai proses untuk menjamin bahwa tujuan-tujuan organisasi dan manajemen dapat tercapai. Ini berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan-kegiatan sesuai yang direncanakan. Pengertian ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara perencanaan dan pengawasan.

Pengertian pengawasan cukup beragam, di bawah ini adalah contoh keberagaman pengertian tersebut :

1. Menurut Sondang P. Siagian pengawasan adalah proses pengamatan dari pada pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar semua pekerjaan yang sedang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.

2. Robert J. Mockler berpendapat bahwa pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi, umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan dipergunakan dengan cara efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.
3. Pengawasan menurut Fahmi yang dikutip oleh Erlis Milta Rin Sondole dkk, bahwa pengawasan secara umum didefinisikan sebagai cara suatu organisasi mewujudkan kinerja yang efektif dan efisien, serta lebih jauh mendukung terwujudnya visi dan misi organisasi
4. Mc. Farland memberikan definisi pengawasan (control) sebagai berikut. *"Control is the process by which an executive gets the performance of his subordinate to correspond as closely as possible to chosen plans, orders, objectives, or policies"*. (Pengawasan adalah suatu proses dimana pimpinan ingin mengetahui apakah hasil pelaksanaan pekerjaan yang dilakukan oleh bawahannya sesuai dengan rencana, tujuan, kebijakan yang telah ditentukan).

Pengawasan adalah proses untuk memastikan bahwa segala aktivitas yang terlaksana sesuai apa yang telah direncanakan. The process of ensuring that actual activities conform to the planned activities (Stoner, Freeman, and

Gilbert, 2005 : 114). Dari beberapa pendapat tersebut dapat kita definisikan bahwa pengawasan adalah hal penting dalam menjalankan suatu perencanaan. Dengan adanya pengawasan maka perencanaan yang diharapkan oleh manajemen dapat terpenuhi dan berjalan baik. Pengawasan pada dasarnya diarahkan sepenuhnya untuk menghindari adanya kemungkinan penyelewengan atau penyimpangan atas tujuan yang akan dicapai. Melalui pengawasan diharapkan dapat membantu melaksanakan kebijakan yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan secara efektif dan efisien. Melalui pengawasan tercipta suatu aktivitas yang berkaitan erat dengan penentuan atau evaluasi mengenai sejauh mana pelaksanaan kerja sudah dilaksanakan. Dalam hal ini organisasi yang bernama Bawaslu adalah lembaga penyelenggara pemilu yang bertugas untuk melakukan pengawasan pemilihan umum.

Adapun fungsi pengawasan seperti yang di sampaikan oleh Ismail Solihin (2009: 193), mengemukakan bahwa pada dasarnya fungsi pengawasan merupakan suatu upaya untuk memastikan aktivitas yang dilakukan oleh seluruh bagian organisasi berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pada saat menjalankan fungsi pengawasan, para manajer berusaha untuk mempengaruhi dan mengarahkan perilaku dan kinerja bawahannya agar mendapat tujuan organisasi. Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan manfaat dari pengawasan, adalah :

1. Mempertebal rasa tanggung jawab pegawai yang telah diberi wewenang untuk menjalankan tugas dengan baik.

2. Mendidik pegawai agar melaksanakan pekerjaan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
3. Mencegah terjadinya kelemahan, kelalaian dan penyimpangan agar tidak terjadi kerugian yang tidak diinginkan.
4. Memperbaiki kesalahan dan penyelewengan supaya dalam pelaksanaan pekerjaan tidak menemui hambatan-hambatan.

Adapun tujuan pengawasan menurut Tujuan pengawasan menurut Juliana (2008 : 72), adalah untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang menghambat kegiatan, dan pengambilan tindakan koreksi yang diperlukan agar tujuan dapat tercapai. Memastikan apakah apa yang telah direncanakan dan diorganisasikan dapat berjalan dengan baik.

Juliana (2008 : 72), juga menjelaskan bahwa ada empat tujuan dari pengawasan, yaitu :

1. Adaptasi lingkungan, bertujuan agar organisasi dapat beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan, baik lingkungan internal maupun eksternal.
2. Meminimalkan kegagalan, diharapkan kegagalan hasil produksi yang tidak memenuhi standar menjadi lebih kecil.
3. Meminimumkan biaya, yaitu untuk meminimumkan biaya, baik pada kegiatan memproduksi maupun yang lainnya.
4. Mengantisipasi kompleksitas organisasi, yaitu untuk menjamin bahwa kompleksitas organisasi dapat diantisipasi dengan baik.

Rahayu Relawati (2012 : 107), tujuan dari pengawasan adalah untuk menghindari terjadinya penyimpangan, akan tetapi apabila penyimpangan tersebut sudah terlanjur terjadi maka peran fungsi pengawasan adalah mengembalikan arah kegiatan pada tujuan yang sudah ditetapkan semula.

Ramlan Surbakti (2005 : 1) mengemukakan kelembagaan Pengawasan Pemilu mulai terbentuk berdasarkan UU No. 12 tahun 2003 yang mengamanatkan pembentukan sebuah lembaga pengawas pemilihan umum yang bersifat ad hoc yang secara fungsional terlepas dari struktur KPU. Lembaga Pengawasan ini kemudian dikuatkan kembali dengan dibentuknya lembaga pengawasan pemilu yang bersifat tetap berdasarkan UU No. 22 tahun 2007 tentang penyelenggara pemilu dengan dibentuknya sebuah lembaga tetap yang dinamakan Badan Pengawas Pemilu (BAWASLU).

Dalam sejarah pelaksanaan Pemilu di Indonesia, istilah Pengawasan Pemilu baru muncul pada 1982, tepatnya pada pelaksanaan pemilu tahun 1982, dengan nama panitia pengawas pelaksanaan pemilihan (panwaslak pemilu). Tuntutan Reformasi untuk pembentukan penyelenggara pemilu yang bersifat independen untuk meminimalisir campur tangan penguasa. Perubahan mendasar terkait dengan kelembagaan pengawas pemilu sejak terbitnya UU No. 22 tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilu dengan dibentuknya sebuah lembaga tetap yang dinamakan Badan Pengawas Pemilu yang kewenangannya adalah mengawasi tahapan pemilu, menerima pengaduan, serta menangani kasus-kasus Pelanggaran Administrasi, Pelanggaran Pidana

Pemilu, serta Kode Etik. Untuk mencapai tujuan pemilihan umum tahun 2019 yang Jujur, Adil, Langsung, Umum, Rahasia Jujur dan Adil.

Bab 7

SEJARAH BAWASLU BUTON SELATAN

Pada era reformasi, tuntutan pembentukan penyelenggara Pemilu yang bersifat mandiri dan bebas dari kooptasi penguasa semakin menguat. Untuk itulah dibentuk sebuah lembaga penyelenggara Pemilu yang bersifat independen yang diberi nama Komisi Pemilihan Umum (KPU). Hal ini dimaksudkan untuk meminimalisasi campur tangan penguasa dalam pelaksanaan Pemilu mengingat penyelenggara Pemilu sebelumnya, merupakan bagian dari Kementerian Dalam Negeri (sebelumnya Departemen Dalam Negeri). Di sisi lain lembaga pengawas pemilu juga berubah nomenklatur dari Panitia Pengawas Pelaksanaan (Panwaslak) Pemilu menjadi Panitia Pengawas Pemilu (Panwaslu).

Sejak dibentuknya Kabupaten Buton Selatan melalui undang-undang nomor 16 tahun 2014 tentang pembentukan Kabupaten Buton Selatan, tentunya segala hal yang berhubungan dengan kelembagaan daerah baru dibentuk, baik secara vertikal maupun horizontal dalam sistem pemerintahan daerah

Salah satu lembaga yang dibentuk adalah penyelenggara pemilu. Di Buton Selatan sudah melalui dua kali pemilihan dan satu kali pemilu. Pemilihan pertama kali diadakan pada tahun 2017 yaitu pemilihan bupati Buton

Selatan yang kedua yaitu pemilihan gubernur Sulawesi Tenggara tahun 2018. Dan pemilihan umum serentak tahun 2019.

Panwaslu Sebagai lembaga ad hoc yang dibentuk sebelum tahapan pertama pemilu dimulai dan dibubarkan sebelum calon yang terpilih dalam pemilu/pilkada dilantik dengan masa tugas 10 bulan, Pada pemilihan gubernur tahun 2018 kelembagaan pengawas pemilu dibentuk melalui undang-undang No 15 Tahun 2011 tentang penyelenggara pemilu Menghasilkan Komisioner 3 orang yaitu Rosni, S.IP., Mahyudin, S.Sos., M.Si dan Jumadi, S.Pd. (27 Juni 2018). Pada pemilihan umum serentak tahun 2019, Kelembagaan Pengawas pemilu mengalami perubahan bukan lagi bersifat Ad Hoc tetapi sudah menjadi permanen dengan nama Bawaslu (Badan Pengawas Pemilu) dengan menghasilkan 3 orang komisioner yaitu Rosni S. IP, Mahyudin S.Sos M. Si dan Hastun, S.Pd untuk tingkat Kabupaten dengan masa jabatan 5 tahun. Dalam pembentukannya kelembagaan Bawaslu menggunakan Undang-Undang No 7 Tahun 2017. Seiring dengan perubahan tersebut tentunya kewenangan kelembagaan Bawaslu mengalami beberapa penguatan dari Undang-Undang pemilu sebelumnya.

Berdasarkan Keputusan Mahkamah Konstitusi terhadap judicial review yang dilakukan oleh Bawaslu terhadap Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007, rekrutmen pengawas Pemilu sepenuhnya menjadi kewenangan dari Bawaslu. Kewenangan utama dari Pengawas Pemilu menurut Undang-Undang Nomor 22

Tahun 2007 adalah untuk mengawasi pelaksanaan tahapan pemilu, menerima pengaduan, serta menangani kasus-kasus pelanggaran administrasi, pelanggaran pidana pemilu, serta kode etik.

Bawaslu Kabupaten Buton Selatan berada di wilayah ibu Kota Kabupaten, yaitu kecamatan Batauga, beralamat di jalan Gajah Mada Kelurahan Lakambau Kecamatan Batauga kode pos 93752.

Pembagian tugas dan fungsi dilaksanakan melalui rapat pleno Anggota Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten Buton Selatan. Pleno Anggota Badan Pengawas Pemilihan Umum diatur dalam undang-undang nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum pasal 139 disebutkan pengambilan keputusan Bawaslu, Bawaslu Provinsi, Bawaslu Kabupaten/Kota dilakukan dalam rapat pleno, selanjutnya terdapat dalam pasal 140, dan pasal 141 serta Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Nomor 5 tahun 2018 tentang Pleno.

Bab 8

STRUKTUR ORGANISASI BAWASLU BUTON SELATAN TAHUN 2019

Dalam menentukan struktur organisasi Bawaslu Buton Selatan dengan melaksanakan rapat pleno. adapun berita acara rapat pleno Anggota Badan Pengawas Pemilihan Umum sebagai berikut:

Gambar 4. 1 Berita Acara Pemilihan Ketua, Pembagian Divisi, Pembagian Wilayah Kerja Bawaslu Buton Selatan

NO	NOMOR BERITA ACARA	PERIHAL
1.	01/BAWASLU. PROV. SG/HK. 00. 01/VIII/2018	Pemilihan Ketua, Pembagian Divisi, Pembagian Wilayah Kerja Bawaslu Buton Selatan

Hasil rapat pleno Anggota Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten Buton Selatan tentang Pemilihan Ketua, Pembagian Divisi, dan Pembagian Wilayah Kerja Bawaslu Kabupaten Buton Selatan, sebagai berikut;

Gambar 4. 2 Pemilihan Ketua, Pembagian Divisi, dan Pembagian Wilayah Kerja Bawaslu Kabupaten Buton Selatan

NO	NAMA	JABATAN	DIVISI	WILAYAH KERJA
1	Mahyudin, S. Sos,M. Si	Ketua	Kordiv hukum dan penanganan pelanggaran	Kec. Batauga Kec. kadatua
2	Rosni, S.IP	Anggota	Kadiv pengawasan dan hubungan antar lembaga	Kec. siompu Kec. Siompu barat
3	Hastun, S.Pd	Anggota	Kordiv SDM dan organisasi	Kec. sampolawa Kec. lapandewa Kec. batuatas

Visi-Misi Bawaslu Buton Selatan

Adapun visi-misi badan pengawas pemilu Kabupaten Buton Selatan adalah sebagai berikut:

1. Visi
 - Menjadi lembaga pengawas pemilu yang terpercaya.
2. Misi
 - a. Meningkatkan kualitas pencegahan dan pengawasan pemilu yang inovatif serta kepeloporan masyarakat dalam pengawasan partisipatif.

- b. Meningkatkan kualitas penindakan pelanggaran dan penyelesaian sengketa proses pemilu yang progresif, cepat dan sederhana.
- c. Meningkatkan kualitas produk hukum yang harmonis dan terintegrasi.
- d. Memperkuat sistem teknologi informasi untuk mendukung kinerja pengawasan, penindakan serta penyelesaian sengketa pemilu yang terintegrasi, efektif, transparan, dan aksesibel.
- e. Mempercepat penguatan kelembagaan dan sumber daya manusia pengawas serta aparatur sekretariat di seluruh jenjang kelembagaan pengawas pemilu, melalui penerapan tata kelola organisasi yang profesional dan berbasis teknologi informasi sesuai dengan prinsip tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih.

Bab 9

PEMBANGUNAN KOMUNITAS POLITIK

Dalam organisasi selalu ada tujuan. Begitu pula dengan Bawaslu Kabupaten Buton Selatan, kesadaran tentang pengawas pemilu yang minim secara jumlah dan banyaknya tugas maka fokus perhatian Bawaslu adalah bagaimana melakukan perencanaan yang matang agar seluruh masyarakat bisa menjadi bagian dari pengawas pemilu. Hal ini diungkapkan oleh ketua Bawaslu Buton Selatan bapak Mahyudin S.Sos., M.Si. dalam wawancara sebagai berikut:

“kesadaran kami untuk membangun komunitas pengawasan adalah bagaimana mengajak seluruh masyarakat untuk menjadi pengawas pemilu mengingat jumlah pengawas pemilu yang sangat kecil, kami di bawaslu hanya berjumlah tiga komisioner, panwas kecamatan juga berjumlah tiga komisioner, panwas desa dan kelurahan masing-masing satu di tengah mengawasi tahapan pemilu yang padat ”

Dari wawancara tersebut alasan Bawaslu Buton Selatan untuk membentuk pengawas pemilu partisipatif adalah terdapat kesenjangan yang signifikan antara jumlah anggota Bawaslu di tengah tugas pengawasan pemilu yang banyak. Dalam hal ini Bawaslu Buton Selatan untuk mencapai tujuan harus ditunjang oleh jumlah pengawas pemilu yang banyak pula. Dengan demikian maka Bawaslu Buton Selatan membutuhkan pengawas partisipatif dari semua kalangan, baik itu masyarakat umum untuk menjadi aktif dalam

pengawasan pemilu ataupun kelompok-kelompok atau komunitas yang bisa menjadi pengawas pemilu atau mengajak kelompok tersebut untuk terlibat aktif dalam mengawasi pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan.

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara Bersama anggota Bawaslu Buton Selatan ibu Rosni, S.IP menyatakan dalam sebuah wawancara sebagai berikut:

“kami sangat menyadari bahwa masyarakat harus ikut terlibat dalam melakukan pengawasan pemilu dengan dasar tersebut kami melakukan rapat dan diskusi di kantor melakukan perencanaan untuk membentuk komunitas-komunitas pengawasan atau kelompok pengawas dalam pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut Bawaslu Buton Selatan melakukan rapat internal di kantor Bawaslu Buton Selatan Bersama seluruh ketua dan anggota dan staf Bawaslu Buton Selatan untuk menjadi membentuk komunitas-komunitas pengawas pemilu di Bawaslu Buton Selatan

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara bersama ketua dan anggota Bawaslu Kabupaten Buton Selatan tentang *public relations* (humas) politik Bawaslu Buton Selatan dalam pemilu tahun 2019 adalah sebagai berikut. Hasil wawancara bersama Ketua Bawaslu Kabupaten Buton Selatan Bapak Mahyudin, S.Sos., M.Si.

“ Keberadaan PR Politik atau humas dalam bawaslu sangatlah penting. , mengingat tugas bawaslu sebagai lembaga independen sebagai pengawas pemilu tahun 2019, semakin tingginya kompetisi para caleg ataupun pendukung caleg dalam

pemilu. PR Politik juga dibutuhkan untuk fungsi manajemen komunikasi sebagai alat antara bawaslu dan publik baik memberitahukan kepada para caleg maupun masyarakat buton selatan secara umum. Yang kami maksud dari PR Politik di bawaslu buton adalah melakukan rekrutmen, manajemen dan pengawasan baik itu di internal bawaslu maupun di luar kelembagaan bawaslu yang berhubungan erat dengan pemilu tahun 2019 langsung dengan tatap muka kepada publik”.

Berdasarkan wawancara terhadap ketua Bawaslu Buton Selatan sebagai informan 1 (satu) bahwa relations politik Bawaslu Buton Selatan adalah dengan fungsi manajemen dan pengawasan komunikasi baik terhadap peserta pemilu, maupun terhadap masyarakat Kabupaten Buton Selatan dalam hal ini adalah melakukan manajemen dan pengawasan untuk mencapai tujuan. Hal tersebut di atas adalah Bawaslu Buton Selatan dalam melakukan pengawasan dengan perencanaan yang matang seperti hal tersebut berkesesuaian dengan apa yang diungkapkan dalam melaksanakan *public relations* politik sebaiknya juga memperhatikan model perencanaan *public relations* politik, seperti halnya dunia perusahaan dapat mengacu ke model perencanaan Jefkins (1998 : 57-73). Ini berlaku di semua situasi, tetapi yang membedakan politik adalah jumlah publik laten serta sadar dan aktif bisa dibilang lebih besar dari pada di pengaturan perusahaan, padahal pada dasarnya setiap orang dapat didefinisikan sebagai pemangku kepentingan dalam politik. Berdasarkan hal tersebut diatas penulis menyimpulkan bahwa segala hal yang dilakukan oleh Bawaslu Buton Selatan yaitu dengan melakukan perencanaan yang

matang dalam melakukan tugas-tugas pengawasan. Bawaslu Buton Selatan memahami bahwa tugas untuk mengawasi jalannya kampanye tahun 2019 adalah dengan melakukan manajemen dan pengawasan. Pengawasan adalah proses dalam menetapkan ukuran kinerja dan pengambilan tindakan yang dapat mendukung pencapaian hasil yang diharapkan sesuai dengan kinerja yang telah ditetapkan tersebut (Schermerhorn, 2002: 12). Maka dengan demikian dalam melakukan perencanaan Bawaslu Buton Selatan adalah untuk mencapai hasil kinerja yang telah ditetapkan dalam perencanaan dan tidak keluar dari perencanaan tersebut begitu pula dengan rencana Bawaslu dalam merencanakan pembangunan komunitas pengawasan. Dalam hal ini pembangunan komunitas pengawasan Bawaslu Buton Selatan telah melakukan proses manajemen yang baik untuk mencapai tujuan kinerja yang maksimal dengan memahami situasi dan kondisi.

Sedangkan Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa non publik adalah masyarakat luas, masyarakat luas adalah Hal tersebut Hasil wawancara Bersama Ibu Rosni, S.IP, Koordinator divisi pengawasan dan hubungan antar lembaga beliau menyatakan sebagai berikut :

“Di bawaslu buton selatan tentunya ada yang namanya PR atau hubungan masyarakat ini dibuktikan ada koordinator divisi pengawasan dan hubungan antar lembaga, yang bertanggung jawab dalam melakukan pengawasan dalam tugas-tugas pengawasan secara spesifik dan secara umum bawaslu adalah aktor PR Politik yg bertugas melakukan pengawasan jalannya kampanye pada pemilu. PR Politik adalah orang atau organisasi

yang memiliki tugas dalam mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan kepada publik agar merubah sikap untuk menghindari politik uang, dan politik sara dengan memberikan pemahaman kepada masyarakat”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan 2 (dua) PR Politik Bawaslu Buton Selatan adalah menyangkut tentang aktor PR yaitu tentang tugas pengawasan dan pengorganisasian agar berperan kepada publik. Bawaslu Buton Selatan adalah lembaga yang mengedepankan pencegahan, pencegahan adalah tahapan awal dalam proses pengawasan dalam kampanye. Dalam agenda pencegahan ini hal yang paling penting dilakukan oleh Bawaslu Buton Selatan adalah dengan melakukan sosialisasi. hal ini seperti yang diungkapkan Grunig dan Hunt (1984) itu adalah model agen pers/publisitas, model informasi publik, dan model dua arah tak simetris. Setiap model itu dibedakan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Meskipun humas mengembangkan fungsinya dengan melakukan komunikasi persuasif (pembujukan), tidak semua model digunakan harus digunakan melakukan persuasi. Berdasarkan hasil wawancara tersebut penulis memberikan kesimpulan bahwa yang dilakukan oleh Bawaslu Buton Selatan adalah melakukan sosialisasi dengan kegunaan agar mampu mempengaruhi publik dengan cara mengajak atau membujuk publik.

Wawancara kepada Ibu Rosni, S.IP, beliau mengatakan sebagai berikut :

“ Kami bawaslu buton selatan menyadari benar bahwa tugas pengawasan pemilu di tahun 2019 dengan hanya beberapa personil maka akan lebih sulit maka dari itu kami

membentuk komunitas-komunitas pengawasan misalnya kami membentuk desa pengawasan partisipatif di Desa Lawele, Kecamatan Batauga, kegiatan yang kami lakukan adalah bagaimana membangun komunitas pengawasan misalnya kami sosialisasi bersama mahasiswa, ibu-ibu BKMT adalah bagaimana komunitas ini harus menjadi bagian dari pengawasan dengan menjadikan komunitas tersebut sebagai pengawasan partisipatif”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut informan 2 (dua) menyatakan bahwa kesadaran sumber daya manusia yang minim maka yang dilakukan Bawaslu dalam kaitannya terhadap pendekatan *public relations* politik adalah pendekatan pembangunan komunitas.

Seperti halnya telah dijelaskan bahwa Bawaslu Buton Selatan telah melakukan manajemen dan pengawasan maka situasi dan kondisi mengharuskan Bawaslu Buton Selatan untuk membangun komunitas pengawasan untuk mendukung kinerja mengawasi jalannya kampanye pemilu tahun 2019. Berdasarkan kesadaran situasi bahwa bahwa personil Bawaslu sangatlah minim maka yang dilakukan oleh Bawaslu adalah dengan membangun komunitas pengawasan partisipatif yang tentunya di bawah binaan Bawaslu Buton Selatan.

Hal yang sama pula disampaikan oleh bapak Mahyudin, S.Sos., M.Si. Ketua Bawaslu Kabupaten Buton Selatan dalam sebuah wawancara dalam hal pembentukan komunitas pengawas pemilu tahun 2019. Adapun hasil wawancara adalah sebagai berikut:

“ bawaslu buton selatan dalam pemilu tahun 2019 telah membentuk komunitas pengawasan berupa desa binaan pengawasan partisipatif di Desa Lawela, Kecamatan Batauga, Kabupaten Buton Selatan dengan program yaitu desa belajar ilmu, desa anti politik uang, desa anti hoax, desa anti politik sara”.

Berdasarkan informasi yang kami dapatkan dari informan 1 (satu) bahwa pendekatan yang digunakan oleh Bawaslu Buton Selatan dalam kaitannya terhadap *public relations* politik Bawaslu adalah pembangunan komunitas dengan tujuan untuk media pembelajaran, menjadi bagian pengawasan yang langsung di bina oleh Bawaslu Buton Selatan. Selain itu juga, berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas adalah Bawaslu Buton Selatan untuk mengajak untuk mencapai kinerja Bawaslu Kabupaten Buton Selatan untuk mengawasi pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan. Dalam mewujudkan rencana program yang diusahakan oleh Bawaslu Buton Selatan adalah memberikan motivasi, sikap dan tindakan. Motivasi yang dilakukan oleh Bawaslu Buton Selatan adalah dengan melakukan transfer ilmu.

Hasil wawancara bersama bapak Hastun, S.Pd. beliau mengatakan sebagai berikut :

“ Desa Lawela adalah desa yang tepat untuk dijadikan desa binaan pengawasan partisipatif sekaligus desa percontohan bagi desa-desa lain di kecamatan batauga. Mendorong kearifan lokal dalam membangun kesadaran pengawasan dan saling bekerja sama yang baik dalam mewujudkan desa binaan pengawasan partisipatif yang sukses”

Sedangkan menurut informan 3 (tiga) pendekatan yang dilakukan Bawaslu Buton Selatan dalam hal pendekatan *public relations* politik adalah pendekatan pembangunan komunitas dengan fungsi membangun Kerjasama Bersama Bawaslu Buton Selatan dan menjadi percontohan desa pengawasan partisipatif. Yang dilakukan oleh Bawaslu Buton Selatan adalah untuk membina masyarakat desa lawele Kabupaten Buton Selatan dalam melakukan pengawasan. Dengan demikian Bawaslu Buton Selatan akan melakukan pembinaan dengan melakukan transfer ilmu pengawasan partisipatif. Dalam pembinaan tersebut ide dan gagasan Bawaslu telah disalurkan hal tersebut diungkapkan (Bella, Madsen, Sullivan, Swidler, & Tipton, 1985). komunitas adalah bahwa di dalam komunitas, ide dan nilai tertentu dibagikan. Komunitas adalah "sekelompok orang yang secara sosial saling bergantung, yang berpartisipasi bersama dalam diskusi dan pengambilan keputusan, dan yang berbagi praktik tertentu yang mendefinisikan komunitas dan dipelihara olehnya. Berdasarkan hasil wawancara tersebut pembentukan komunitas pengawasan adalah adanya proses komunikasi dimana ide dan gagasan dibagikan dan komunitas pengawasan dan Bawaslu memiliki ketergantungan dan rasa memiliki dalam rangka melakukan pengawasan kampanye pemilu tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan. Dalam melakukan pengawasan Bawaslu Buton Selatan selain juga memberikan transfer ilmu juga transfer etika sehingga ketertarikan masyarakat desa lawele kecamatan batauga menjadi semangat dalam merasa memiliki komunitas pengawasan sehingga komunitas

tersebut akan memberikan iklim yang baik terhadap organisasi pengawasan. Dengan memberikan iklim yang baik terhadap komunitas berupa transfer etika tersebut maka akan membentuk keharmonisan dalam melakukan melakukan tugas untuk mencapai tujuan komunitas tersebut.

Gambar 4.3 Berita Bawaslu Buton Selatan Bentuk Desa Binaan Pengawasan Partisipatif



Dari hasil wawancara dan gambar tersebut di atas Bawaslu Buton Selatan dalam pemilihan umum tahun 2019 telah membentuk komunitas pengawasan partisipatif di desa lawela, kecamatan batauga. Bawaslu Buton Selatan telah

melakukan manajemen untuk membentuk komunitas pengawasan partisipatif berupa perencanaan Pembentukan komunitas pengawasan juga telah membentuk komunitas pengawasan adalah untuk menunjang kinerja berupa transfer ide dan gagasan agar saling memiliki tanggung jawab kinerja Bawaslu Kabupaten Buton Selatan dalam melakukan pengawasan kampanye pemilu tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan. Yang sangat menarik dalam membentuk desa binaan Bawaslu Buton Selatan adalah memilih Desa Lawela Kecamatan Batauga sebagai desa pengawasan partisipatif dimana desa tersebut adalah pintu gerbang masuknya Kabupaten Buton Selatan dari Kota Baubau, Desa Lawela adalah desa pertama kali kita temui dari Kota Baubau. Hal tersebut secara geografi sangat baik dan menunjang pengawasan pemilu sebab jarak tempuh antara Kota Baubau dan Kabupaten Buton Selatan sangat rentan pengaruh pelanggaran pemilu.

Pembentukan komunitas pengawasan Desa Lawela Kecamatan Batauga Kabupaten Buton Selatan adalah sebagai bentuk komitmen kerja Bawaslu Buton Selatan agar desa lawela menjadi desa yang sadar akan pemilihan umum tanpa pelanggaran serta kesadaran masyarakat untuk menjadi bagian dari pengawas pemilu maka dengan demikian pembentukan komunitas pengawasan adalah menjembatani hubungan Bawaslu dalam menumbuhkan kesepahaman dan dukungan atas segala program pengawasan dan tujuan Bawaslu Buton Selatan.

Bab 10

RELASI POLITIK DAN PUBLIK

Konsep pendekatan *politic relation* with publik memiliki kata kunci *key audience*, pendekatan ini berpendapat bahwa terdapat tokoh-tokoh kunci yang mampu mempengaruhi suara publik.

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan kepada ketua dan anggota Bawaslu Buton Selatan ditemukan data sebagai berikut :

Hasil wawancara terhadap anggota Bawaslu Buton Selatan Bapak Hatsun, S.Pd. beliau menyatakan sebagai berikut :

“Strategi bawaslu buton selatan dalam melakukan pengawasan tahapan kampanye secara garis besar adalah penguatan SDM bawaslu buton selatan berupa raker ataupun rakor di internal bawaslu. Sedangkan di luar organisasi bawaslu yaitu dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat contoh misalnya sosialisasi pada pemilih pemula, kemudian di kalangan pengawasan partisipatif, anti politik uang, anti politik sara dan hoax dan beberapa kami rapat bersama serta stakeholder, misalnya partai politik, pemerintah daerah, KPU, kepolisian, kejaksaan. dalam momentum pemilihan umum tahun 2019 di buton selatan, bawaslu harus mampu melakukan hubungan baik pada semua publik. Baik relasi publik internal maupun relasi publik eksternal agar tujuan Bersama dapat kita capai,

dalam hal publik internal Bawaslu Buton Selatan selalu melakukan rakor Bersama staf dan anggota panwascam guna membangun sumber daya manusia untuk kebaikan internal dalam melakukan pengawasan dan beberapa kali juga kami mengundang KPU, Kejaksaan, pemerintah daerah baik itu sekedar diskusi formal misalnya kami undang mereka membawakan materi maupun diskusi yang bersifat biasa agar hubungan antar lembaga semakin baik”.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan 3 (tiga) ditemukan sebuah data bahwa tokoh kunci dalam publik internal adalah pengawas pemilu kecamatan yang menjadi ujung tombak Bawaslu Buton Selatan dalam melakukan pengawasan pemilu tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan. Untuk mencapai tujuan Bersama dalam mensukseskan pengawas pemilu di butuhkan hubungan yang baik antara atasan dan bawahan maupun antara anggota seluruh pengawas pemilu dari tingkat Kabupaten sampai tingkat kecamatan. Dalam melakukan hubungan komunikasi internal ini berguna untuk merekatkan hubungan yang baik di internal pengawas pemilu dengan cara pertemuan atau rapat. Rapat adalah agenda yang selalu menjadi menjadi tumpuan Bawaslu Bersama panwas kecamatan untuk menjadi satu keluarga besar pengawas pemilu untuk melakukan pengawasan pemilu yang penuh semangat dan berkualitas agar menciptakan pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan menjadi bermartabat. Pendekatan tersebut adalah bagian dari usaha Bawaslu dalam melakukan pendekatan *public relations* politik Bawaslu di internal Bawaslu Buton Selatan. pendekatan *public relations* politik

Bawaslu Buton Selatan adalah hubungan politik dengan publik dimana Bawaslu melakukan rapat baik itu internal Bawaslu. Dalam rapat tentunya adalah penguatan kelembagaan dengan melakukan koordinasi, dalam rapat tersebut adalah merekatkan hubungan antar individu dan individu lainnya. Hal Hubungan dengan publik internal (*internal public*) atau hubungan internal (*internal relations*), merupakan hubungan yang tercipta dalam organisasi melalui komunikasi antar individu yang merupakan pemangku kepentingan (stakeholder) Arifin (2012 : 47-48). Hubungan Bawaslu dalam publik internal adalah hubungan antara atasan dan bawahan misalnya rapat koordinasi Bawaslu dan panwascam. Hal tersebut dilakukan agar membangun hubungan yang terikat. Selain itu juga, hal tersebut dilakukan agar hubungan antara atasan dan bawahan semakin erat agar tujuan dalam melakukan pengawasan dapat berjalan dengan sebaik-baiknya. Hal tersebut juga diungkapkan oleh Hubungan dapat terbentuk antara manusia yang bersifat manusiawi yang dikenal dengan human relations, hubungan juga dapat terbentuk antara organisasi dengan individu, antara organisasi dengan organisasi lain, atau organisasi dengan publik atau masyarakat (Arifin, 2020). Publik diartikan sebagai individu-individu yang diikat oleh kepentingan dan minat yang sama terhadap suatu masalah berdasarkan hal tersebut bahwa hubungan publik Bawaslu Buton Selatan untuk membangun *public relations* di internal adalah dengan rapat dimana dalam rapat tersebut semua didiskusikan karena terikat pada tugas yang sama maka hubungan antara atasan dan bawahan adalah hubungan yang terikat oleh

pekerjaan yaitu dengan melakukan rapat koordinasi dan rapat kerja dengan tujuan membangun hubungan yang baik serta membangun sumber daya manusia dalam rangka melakukan tugas-tugas pengawasan. Selain itu juga, hubungan internal Bawaslu adalah hubungan institusional dimana hubungan yang terjadi selain hubungan antara atasan dan bawahan juga adalah hubungan antara badan pengawas pemilu tingkat Kabupaten dan panitia pengawas pemilu kecamatan. Sehingga yang menjadi fokus institusional tersebut adalah adanya anggota, staf yang disebut personalia juga dalam hubungan institusi memiliki struktur, perencanaan, program, penghasilan dalam hal ini adalah gaji dan fasilitas pendukung yang menjadi penghubung hubungan tersebut.

Gambar 4. 4



Hasil wawancara terhadap Ketua Bawaslu Buton Selatan, Bapak Mahyuddin, S. SosM. Si beliau menyatakan sebagai berikut :

“ Setiap organisasi memiliki tujuan begitu pula dengan bawaslu buton selatan. Strategi bawaslu adalah penguatan SDM berupa rapat dalam bawaslu dan penguatan hubungan bersama stakeholder serta memperbanyak sosialisasi pengawasan dan melakukan penindakan bagi orang atau peserta pemilu yang melakukan pelanggaran pemilu ”.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan 1 (satu) ditemukan data bahwa *public relations* politik Bawaslu Buton Selatan dengan pendekatan hubungan terhadap publik.

Dalam melakukan hubungan masyarakat dalam tahapan kampanye tahun 2019 Bawaslu Buton Selatan mengedepankan hubungan persuasif dengan stakeholder dengan melakukan ajakan berupa rapat bersama. Dalam sosialisasi Bawaslu membutuhkan persiapan argumentasi yang baik agar mampu mempengaruhi audiens. Misalnya Bawaslu Buton Selatan mengajak seluruh stakeholder untuk netral dalam pemilihan umum tahun 2019 sebagai bentuk hubungan Bawaslu terhadap publik eksternal dan juga melakukan rapat koordinasi bersama partai politik. Di mana hubungan tersebut adalah membangun hubungan Bersama stakeholder

Gambar 4.5



Dari gambar tersebut bahwa hubungan Bawaslu juga melakukan hubungan bersama stakeholder dengan melakukan rapat koordinasi. Dalam gambar tersebut juga ada peserta pemilu dalam hal ini yang dimaksud oleh peserta pemilu adalah partai politik. Adapun tujuannya adalah untuk memaksimalkan hubungan antar lembaga untuk menghadapi tahapan kampanye

Hasil wawancara Bersama anggota Bawaslu Buton Selatan Ibu Rosni S.IP. beliau menyatakan sebagai berikut :

“Untuk mencapai tujuan pengawasan maka bawaslu buton selatan melakukan rekrutmen anggota misalnya panwas kecamatan hingga pengawas TPS, jika bawaslu rapat bersama pemma maka anggota di tingkat bawah juga melakukan hal

yang sama misalnya bertemu kepala desa, tokoh ada di desa, BPD agar maksud dan tujuan pengawasan itu tercapai”.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan 2 (dua) tersebut di atas, pendekatan *public relations* politik Bawaslu adalah dengan hubungan publik. Baik itu publik internal maupun publik eksternal. Publik eksternal Bawaslu adalah publik yang berada dalam struktur Bawaslu Buton Selatan namun berhubungan erat dalam aktivitas. Hasil wawancara Bersama ibu Rosni S.IP menyatakan sebagai berikut:

“Kami sangat berhubungan baik dengan berbagai pihak misalnya KPU, PEMDA, kepolisian untuk menciptakan pemilu yang berintegritas berupa kadang kami yang mengundang untuk rapat Bersama untuk berdialog dan silaturahmi di kantor bawaslu”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas Bawaslu Buton Selatan menyadari bahwa untuk mencapai tujuan maka yang harus di bangun adalah pendekatan hubungan antar Lembaga atau stakeholder. Hubungan tersebut atas dasar merekatkan hubungan tersebut. Dalam hal ini Bawaslu Buton Selatan telah melakukan hubungan publik eksternal. Dalam hubungan eksternal Bawaslu Buton Selatan beberapa kali melakukan rapat Bersama dengan publik eksternal. Selain itu juga, Bawaslu Buton Selatan memahami bahwa tokoh kunci dalam melakukan tujuan besar di luar Bawaslu adalah partai politik, pemda, kpu dan semua unsur yang saling terkait. Sebagaimana yang diungkapkan oleh anggota Bawaslu Buton Selatan bapak Hastun, S.Pd dalam wawancara sebagai berikut;

“ dalam melakukan tugas pengawasan pemilu hal kami lakukan adalah melakukan hubungan terkait berupa tokoh kunci dalam pemilihan umum seperti KPU, PEMDA, kepolisian, kejaksaan dan lain sebagainya yang terkait dengan pemilu tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa Bawaslu Buton Selatan adalah Lembaga pengawas pemilu yang menjaga hubungan dengan Lembaga lainnya. Pemilihan umum adalah momentum memilih calon pemimpin dibutuhkan kebersamaan dalam mewujudkan hal tersebut. Selain itu juga, Bawaslu Buton Selatan memahami bahwa untuk mencapai tujuan adalah dengan menjaga dan membangun hubungan dengan baik Bersama tokoh kunci tersebut. Langkah awal untuk merekatkan hubungan adalah dengan melakukan rapat dengan cara dialisis. Dalam rapat maka semua pembahasan akan baik. Sebagaimana hasil wawancara Bersama ketua Bawaslu Buton Selatan bapak Mahyudin S. Sos M. Si sebagai berikut:

“Alhamdulillah pertemuan atau rapat kami Bersama stakeholder misalnya partai politik berjalan dengan baik di pemilu tahun 2019 kemarin salah satu hasil komunikasi yang di bangun adalah partai politik mengirimkan saksi partai politik dan saksi calon untuk kami latih sebagai saksi jadi beban tersebut tidak lagi partai politik yang memikirkan untuk melatih saksi mereka”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut adalah dalam melakukan hubungan publik eksternal Bawaslu Buton Selatan sudah dilakukan. Bawaslu Buton Selatan dalam melakukan hubungan publik internal adalah dengan mengundang rapat

Bersama, membahas tujuan utama untuk mensukseskan pemilihan umum yang berintegritas di Kabupaten Buton Selatan. Dalam hal ini Bawaslu Buton Selatan sangat memahami bahwa tokoh kunci pemilu adalah partai politik. Maka dengan pendekatan dialogis terdapat hasil komunikasi yang baik dimana Bawaslu Buton Selatan melatih saksi partai politik maupun saksi calon legislatif. Hal tersebut menandakan bahwa dalam membangun hubungan publik eksternal Bawaslu Buton Selatan sangat sangat mengedepankan hubungan yang harmonis. Membangun hubungan publik eksternal adalah untuk mencapai tujuan yaitu agar terciptanya pemilihan umum yang berintegritas. Selain itu, hubungan publik eksternal Bawaslu sudah sangat baik dikarenakan mampu mempengaruhi partai politik untuk melakukan Kerjasama yang baik dalam tahapan kampanye pemilu. Salah satu contohnya adalah partai politik menyerahkan Bawaslu Buton Selatan untuk melakukan pembinaan dan pelatihan saksi partai politik. Hal tersebut menandakan bahwa Bawaslu Buton Selatan telah mampu mempengaruhi partai politik dalam berkomunikasi dalam rapat Bersama. Dalam rapat terdapat komunikasi berupa interaksi maka yang menjadi pokok perhatian adalah adanya adu argumentasi dalam rapat tersebut untuk saling mempengaruhi. Maka Ketika terdapat kesepakatan Bersama Bawaslu Buton Selatan telah mampu membangun hubungan publik eksternal. Hasil wawancara Bersama ibu Rosni, S.IP mengatakan sebagai berikut:

"Dalam rapat Bersama partai politik suasana sangat cair ada masukan dan ada pembahasan pemilu namun juga

terkadang di sela-sela pembahasan kami sangat santai bahkan tertawa agar suasana semakin bersahabat ”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diatas bahwa Bawaslu Buton Selatan dalam membangun hubungan eksternal dalam hal ini adalah partai politik sangat menjaga arah komunikasi dengan persiapan retorika yang matang sehingga dapat mempengaruhi audiens yaitu partai politik. Hal yang kontras yang kita lihat dimanapun bahwa Ketika partai politik maka pembahasan sangat berat dan terlihat kaku. Namun, Bawaslu Buton Selatan telah membuat suasana cair dalam rapat tersebut. Bawaslu Buton Selatan telah mampu mempengaruhi peserta pemilu. Dalam rapat terdapat komunikasi. Komunikasi tersebut sangat banyak dan model maka Bawaslu telah melakukan komunikasi interaksional sehingga Nampak tidak formal dan memahami situasional yaitu memahami kondisi dan situasi yang ada. Selain itu, hal yang tampak menarik dalam hasil wawancara tersebut di atas adalah partai politik biasanya melatih sendiri segala hal yang berhubungan dengan di luar partai politik. Partai politik atau calon legislatif biasanya adalah merekrut dan melatih sendiri saksi calon. Namun pada pemilu tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan partai politik menyertakan saksi untuk di latih oleh Bawaslu Buton Selatan. Hal tersebut penulis menyimpulkan bahwa Bawaslu Buton Selatan telah mampu membangun publik eksternal dengan mampu mempengaruhi partai politik untuk dilatih oleh Bawaslu Buton Selatan. Dengan demikian menurut penulis Bawaslu Buton Selatan telah membangun hubungan politik dengan publik. Baik itu publik internal maupun publik eksternal

Bab 11

PARADIGMA POLITIK GRUNIGIAN

Dalam pendekatan ini yang menjadi kata kunci adalah mutual understanding dan win-win solution, dalam pendekatan ini yang paling penting adalah mencari solusi dari masalah Bersama dengan melakukan pertemuan Bersama stakeholder yang ada di Buton Selatan. Seperti halnya di ungkapkan oleh ibu Rosni S,IP anggota Bawaslu Buton Selatan dalam wawancara:

“ dalam pengawasan pemilu yang paling penting adalah melakukan pencegahan dan pencegahan dimulai dengan melakukan komunikasi dengan beberapa pihak yang terkait misalnya KPU, PEMDA, KEPOLISIAN, PARPOL untuk Bersama menolak kampanye hitam, HOAX, SARA, Politik Uang dan pelanggaran lainnya”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut ditemukan data bahwa dalam mencari solusi Bersama maka yang dilakukan Bawaslu Buton Selatan adalah melakukan pertemuan rapat Bersama pihak terkait dalam momentum pemilihan umum tahun 2019. Pertemuan tersebut adalah dalam rangka mencari solusi Bersama dari kebanyakan persoalan pemilihan umum. Masalah yang sering terjadi dalam pemilu adalah kampanye hitam, berita hoax, isu sara, many politik. Begitu Pula di Kabupaten Buton Selatan masalah pemilihan umum salah satunya adalah politik uang. Hasil wawancara Bersama

ketua Bawaslu Buton Selatan bapak Mahyudin S. Sos M. Si adalah sebagai berikut:

“Berkaca pada pilkada tahun 2017 masalah yang terjadi di Kabupaten Buton Selatan adalah money politik maka yang kami lakukan pada pemilu tahun 2019 adalah melakukan pertemuan Bersama partai politik, kepolisian, pemda, KPU dan lain sebagainya yang terkait untuk menolak segala bentuk pelanggaran pemilu yang di dalamnya adalah menolak money politik pada pemilu tahun 2019 di Buton Selatan sebagai Langkah untuk melakukan pencegahan pada pengawasan kampanye pemilu tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut ditemukan data bahwa langkah Bawaslu dalam menemukan win-win solusi adalah melakukan pertemuan berupa rapat. Rapat yang dilakukan Bawaslu Buton Selatan adalah dengan menemukan solusi dari permasalahan pelanggaran pemilu. Pelanggaran pemilihan pada tahun 2017 di Kabupaten Buton Selatan adalah *money politic*. Berkaca pada kondisi tersebut maka Bawaslu Buton Selatan mencari solusi Bersama pihak terkait. Pihak terkait dalam hal ini adalah KPU, pemerintah daerah, kepolisian dan lain sebagainya untuk membicarakan solusi dari persoalan Bersama pada tiap momentum pemilihan ataupun pemilihan umum. Maka dengan melakukan pertemuan tersebut Bawaslu Buton Selatan memberikan solusi berupa kegiatan Bersama tolak money politik, isu sara, black champagne, berita hoax. Hasil wawancara Bersama Hastun, S.Pd anggota Bawaslu Buton Selatan sebagai berikut:

“ Kegiatan yang kami lakukan Bersama kepolisian, penda adalah dengan tolak kampanye hitam, anti berita hoax, stop isu sara dan tolak politik uang”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut adalah Bawaslu melakukan kegiatan tolak politik uang, anti berita hoax, tolak kampanye hitam bersama pihak terkait bersama kepolisian, pemerintah daerah dan lain sebagainya. Hal tersebut adalah bentuk awal dari sebuah pencegahan pelanggaran pemilu. Maka kegiatan tersebut adalah bagian dari win-win solusi untuk mencegah pelanggaran pemilu agar keluar dari masalah Bersama. Oleh sebab tersebut maka sebagai Langkah untuk keluar dari masalah Bersama dalam pemilihan umum kegiatan tersebut dilaksanakan. Selain itu juga, Bawaslu dan publik memiliki jalan keluar atas masalah yang terjadi langkah Bawaslu dalam melakukan pengawasan tahapan kampanye pemilu tahun 2019 yang dapat terlihat dengan melakukan rekrutmen pengawas pemilu dan disampaikan secara terbuka dalam bentuk pengumuman menjadi pengawas pemilu

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan Bersama ketua dan anggota Bawaslu Buton Selatan. Dapat ditemukan beberapa data sebagai berikut misalnya,

Hasil wawancara terhadap Bapak Mahyudin S.Sos., M.Si., beliau menyatakan sebagai berikut :

“Dalam pemilu tahun 2019 selain komisioner dan staf Undang-undang pun mengamanatkan untuk melakukan rekrutmen panitia pengawas kecamatan atau panwascam dan itulah yang juga membantu tugas-tugas pengawasan yang dibiayai oleh negara karena diatur dalam undang-undang”.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan 1 (satu) bahwa Bawaslu dapat ditemukan data bahwa Bawaslu Buton Selatan melakukan pendekatan *public relations* dengan paradigma grunigian. Dalam krisis pengawasan maka Bawaslu melakukan perekrutan anggota baik itu staf dan pengawas pemilu kecamatan

Hasil wawancara terhadap anggota Bawaslu Buton Selatan ibu Rosni, S.IP. beliau menyatakan sebagai berikut :

"Kami juga melakukan hubungan yang baik kepada peserta pemilu yakni partai politik, seperti yang kita tahu bahwa partai politik karena kita ketahui bersama bahwa merekalah yang bersaing dalam arena politik pemilu tahun 2019 dengan begitu kongkritnya adalah bawaslu, panwaslu mengadakan pelatihan saksi partai politik maupun saksi caleg agar hubungan terjalin dengan baik dengan menciptakan solusi seperti itu agar saksi juga paham tentang pemilu serta terdapat keterhubungan antara bawaslu dan partai politik ataupun caleg sehingga tidak menjadi masalah di dalam pemilu".

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan 2 (dua) dapat ditemukan data yaitu pendekatan yang dilakukan oleh Bawaslu Buton Selatan adalah mencari win-win solusi dalam hal ini sesuai dengan pendekatan paradigma Grunigian.

Hasil wawancara terhadap bapak Hastun, S.Pd., beliau menyatakan sebagai berikut :

"Langkah awal dalam melakukan pengawasan adalah bagaimana semua pihak tidak melanggar undang-undang pemilu yang merupakan acuan Bersama kita dalam kontestasi pemilihan umum. Olehnya itu, dalam hal melakukan pengawasan kami selalu dengan koordinasi dan sosialisasi

dengan banyak berdialog pada semua pihak olehnya itu Target bawaslu buton selatan adalah bagaimana mensukseskan pemilihan umum tahun 2019 dengan pemilu yang bersih, aman dan jujur sesuai UU no. 7 tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan dengan membuat kegiatan rapat koordinasi maupun rapat kerja teknis Bersama stakeholder agar dapat Bersama-sama mengawasi pemilu dan kegiatan tersebut di fasilitasi penuh oleh bawaslu buton selatan baik teknis dan materi agar tercipta kemanfaatan bersama”.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan 3 (tiga) di temukanlah data hasil wawancara dengan membangun komunikasi bersama stakeholder agar mencapai tujuan bersama dalam pemilu tahun 2019 dengan membangun koordinasi dan rapat.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas kata kunci paradigm grunigian adalah dengan mencari solusi bersama dalam sebuah masalah. Dalam pandangan ini tentunya adalah bagaimana saling menguntungkan misalnya dalam melakukan perekrutan panwascam terbuka dalam informasi. Hal ini bagi semua warga Buton Selatan memiliki hak yang sama untuk mengikuti bagi yang memenuhi persyaratan. Dalam hal ini Bawaslu Buton Selatan selalu mengedepankan asas keterbukaan. Konsep keterbukaan merupakan bagian dari keadilan dimana kemudian bila dilakukan secara tertutup maka akan menjadi masalah dalam perekrutan panitia pengawas kecamatan. Maka untuk menciptakan rasa keadilan Bawaslu Buton Selatan dalam melakukan rekrutmen anggota secara terbuka dan transparan. Kemudian, dalam hubungan bersama partai politik Bawaslu selalu membangun

komunikasi berupa rapat koordinasi bersama agar hubungan dalam agenda kampanye tidak terdapat pelanggaran. Tugas Bawaslu adalah melakukan pengawasan dan penindakan dalam hal tersebut di atas yang diinginkan adalah bagaimana mengikuti undang-undang pemilu agar tidak terjadi pelanggaran. Bawaslu Buton Selatan jika menemukan pelanggaran maka akan terjadi kerugian di pihak lain misalnya akan diproses sesuai undang-undang pemilu. Selain itu, Rapat koordinasi adalah momentum semua stakeholder untuk membangun hubungan dengan komunikasi antar individu yang kemudian terbangun kesepahaman bersama dalam kampanye pemilihan umum tahun 2019. Dalam rapat koordinasi tentunya ada sebuah dialog. Yang di bangun dalam sebuah dialog adalah sebuah kejujuran agar tujuan masing-masing organisasi mencapai tujuannya. Misalnya, Bawaslu Buton Selatan melakukan pelatihan saksi partai maupun caleg, tentunya dalam melakukan pelatihan saksi tersebut ada proses dialogis dalam memahami undang-undang pemilu dan mencari solusi berupa kesepahaman dalam konteks penafsiran. rujukan bersama tersebut berupa rujukan itu adalah undang-undang pemilu sehingga tidak menimbulkan masalah dalam proses kampanye pemilu. Paradigma Grunigian tidak selalu bergantung pada alat PR tertentu, tetapi berusaha menjadi strategis di alam, mengatasi masalah besar yang dihadapi organisasi (Grunig & Grunig 1992). Inti dari pendekatan ini adalah kebutuhan untuk mengembangkan dialog. Awalnya sudut pandang ini menyarankan bahwa secara normatif setiap umpan balik harus simetris dua arah (Grunig dan Hunt 1984, Springston et

al. 1992), meskipun ini kemudian diubah untuk mengakui bahwa ini mungkin tidak sesuai untuk semua organisasi dalam semua situasi (Grunig & Grunig 1992). Dalam hubungan tersebut diatas adalah hubungan dialogis, timbal balik dan dua arah. Melalui proses tersebut berarti saling melakukan komunikasi untuk saling mempengaruhi dan saling berhubungan. Dalam konsep interaksi maka yang dilakukan adalah komunikasi dua arah untuk menemukan titik temu. Maka dengan demikian menurut penulis Bawaslu Buton Selatan telah melakukan pendekatan *public relations* dengan paradigma Grunigian.

Bab 12

FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT

Hasil wawancara bersama Bawaslu Buton Selatan, ketua Bawaslu Buton Selatan menyatakan sebagai berikut:

Hasil wawancara bersama bapak Mahyudin S.Sos., M.Si.

“Faktor pendukungnya dalam melakukan hubungan publik adalah dukungan dari pemangku kepentingan seperti halnya pemerintah daerah, kejaksaan dan kepolisian sedang factor penghambat adalah anggaran ”

Hasil wawancara bersama ibu Rosni S.IP

“ Faktor penghambat dalam melakukan hubungan internal adalah ada pada alat transportasi dimana kecamatan batuatas dalam melakukan koordinasi internal sangat sulit karena tidak adanya jaringan telekomunikasi selain itu juga adalah geografi yang cukup jauh melalui perjalanan laut di kecamatan batu atas ”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diatas maka dalam melakukan hubungan dengan publik adalah anggaran dimana anggaran adalah menjadi salah satu kunci dalam sebuah aktivitas. Faktor penghambat terdiri dari dua kata yaitu faktor dan penghambat. Faktor menurut KBBI adalah keadaan, hal atau peristiwa yang ikut mempengaruhi atau menyebabkan sesuatu. Adapun arti dari kata penghambat adalah sesuatu yang sifatnya menghambat. Maka dari hasil wawancara tersebut diatas faktor yang mempengaruhi dari semua pendekatan adalah jarak dan saluran komunikasi

sedangkan yang menghambat adalah anggaran. Karena Bawaslu Buton Selatan adalah Lembaga independen yang dibentuk oleh undang-undang maka secara tidak langsung seluruh kegiatan Bawaslu Buton Selatan adalah kegiatan fungsional sesuai dengan tugas dan pokok Lembaga tersebut. Selain itu juga, Bawaslu adalah Lembaga negara maka seluruh kegiatan berasal dari anggaran, pendapatan dan belanja negara. Maka dengan anggaran yang yang cukup di tengah tugas Bawaslu yang banyak maka kendala dalam melakukan pendekatan *public relations* adalah anggaran tersebut. Aktivitas akan menjadi terganggu dalam hal ini tugas Bawaslu akan mengalami masalah ketika anggaran juga tidak memadai. Selanjutnya faktor penghambat dalam melakukan *public relations* adalah alat telekomunikasi. Alat telekomunikasi adalah sarana untuk memberikan dan mengetahui informasi namun ketiak alat telekomunikasi tidak ada maka akan menghambat aktifitas Bawaslu dalam membangun hubungan dengan publik. Telekomunikasi utamanya jaringan internet adalah saluran informasi. namun, daerah tugas Bawaslu Kabupaten Buton Selatan belum semua menjadi daerah yang mudah untuk menjangkau informasi disebabkan ada beberapa titik daerah yang belum mempunyai jaringan telekomunikasi sehingga tugas-tugas Bawaslu Buton Selatan menjadi terhambat. Salah satu tugas Bawaslu Buton Selatan adalah menyampaikan informasi. Namun, dengan kondisi jaringan telekomunikasi yang belum merata di seluruh daerah Buton Selatan sehingga tugas-tugas Bawaslu Buton Selatan juga menjadi terhambat. Faktor penghambat selanjutnya adalah letak geografi. Letak geografi

Bawaslu Buton Selatan terdiri dari daratan dan pulau dalam hal ini beberapa kecamatan yang ada di Buton Selatan harus ditempuh perjalanan melewati lautan. Kecamatan tersebut adalah kecamatan kadatua, kecamatan siompu, kecamatan siompu barat dan kecamatan batu atas. dimana kecamatan batu atas dalam membangun hubungan internal Bawaslu membutuhkan perjalanan enam jam melalui jalur laut sehingga menghambat proses komunikasi. Bawaslu Buton Selatan dalam melakukan tugas-tugas pengawas harus membutuhkan waktu yang banyak di tengah tugas Bawaslu yang banyak pula dan merata di seluruh Kabupaten Buton Selatan. Hal tersebut adalah yang menjadi faktor penghambat Bawaslu dalam melakukan *public relations* politik baik terhadap publik internal maupun terhadap publik eksternal.

Bab 13

DESA BINAAN BAWASLU BUTON SELATAN

Bawaslu Buton Selatan telah membentuk Desa binaan sebagai bentuk untuk melakukan tugas fungsi organisasi dalam menghadapi pemilihan umum tahun 2019, hal ini adalah menjadikan Bawaslu Buton Selatan sebagai organisasi yang berfungsi pada publik. Kruckeberg menyarankan bahwa pendekatan komunitarian ini sekarang berkembang menjadi 'teori organik', yang menunjukkan bahwa tanggung jawab organisasi adalah untuk semua publik, bukan hanya publik yang aktif (Kruckeberg & Vujnovic 2007). Akibatnya, pembangunan komunitas bisa menjadi sarana bagi demokrasi politik dalam ekonomi kapitalis untuk bertahan. desa tersebut adalah Desa Lawela Kecamatan Batauga Kabupaten Buton Selatan sebagai desa untuk menjadi pengawas partisipatif yang dilakukan oleh Bawaslu Buton Selatan. Pengawasan partisipatif adalah bentuk pendekatan Bawaslu Buton Selatan dalam upaya mendekatkan masyarakat pada pelaksanaan tahapan pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan, yang setiap tahapannya memiliki banyak potensi pelanggaran pemilihan umum, dengan demikian Bawaslu Buton Selatan membentuk desa binaan pengawasan partisipatif sebagai langkah untuk mengurangi konflik aliran persuasif pluralis percaya bahwa *Public relations* mewakili kepentingan dalam dunia yang

kompetitif, pembangunan komunitas menunjukkan bahwa *Public relations* dapat digunakan untuk mengurangi konflik (Kruckeberg & Starck 1998, Ledingham 2001, Cutlip et al. 2006). Manfaat bagi *Public relations* adalah melalui proses dua langkah tidak langsung Dengan membantu menciptakan rasa komunitas, misalnya melalui CSR dan urusan komunitas, organisasi dalam jangka panjang akan mendapat manfaat dari komunitas yang lebih stabil. Kesadaran Bawaslu Buton Selatan dalam menghadapi tahapan kampanye pemilu tahun 2019 tentang deti dan jarak yang sangat dekat dengan masyarakat dengan membentuk desa binaan di Desa Lawela tersebut menjadikan masyarakat sebagai penentu pemilihan umum yang berintegritas dan bermartabat. Bawaslu Buton Selatan pada pemilihan umum tahun 2019 secara kelembagaan yang memiliki keterbatasan secara kuantitas sengat tidak mungkin menjangkau setiap orang atau peserta pemilu dalam melakukan kampanye maka dibutuhkan masyarakat untuk melakukan pengawasan partisipatif di desa dalam rangka mensukseskan pemilu yang berintegritas dengan tanpa pelanggaran pemilu, keterbatasan personil Bawaslu dalam melakukan pengawasan tahapan kampanye tersebut dikarenakan pengawas pemilu hanya menempatkan satu anggota pengawas pemilu dalam satu desa dan tiga personel di tingkat kecamatan. Partisipasi masyarakat pada pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan dalam hal ini adalah Desa Lawela Kecamatan Batauga menjadi sebuah keniscayaan, menjadikan bagian yang terinternalisasi sebagai nilai-nilai pengawasan partisipatif mengetahui potensi adanya dugaan pelanggaran, melakukan

pengecegan, mengetahui apa yang harus dilakukan dan bagaimana dapat berpartisipasi untuk andil dalam memberikan laporan atau memberikan informasi awal pada Bawaslu Buton Selatan dalam menegakan keadilan pemilu agar tidak tercederai oleh oknum atau pihak yang ingin memenangkan pertarungan dengan menghalalkan segala cara. Menurut Stromback dan Kiousis (2011 : 34) mengatakan *Public relations* Politik adalah proses manajemen suatu organisasi atau aktor individu untuk tujuan politik melalui komunikasi dan aksi yang bertujuan untuk mempengaruhi, membangun dan memelihara hubungan dan reputasi yang menguntungkan publik utamanya serta mendukung misi dalam mencapai tujuannya. Maka dengan dibentuknya desa binaan pengawasan partisipatif di desa lawele kecamatan batauga akan menjadi percontohan bagi masyarakat yang lain di Kabupaten Buton Selatan seperti yang diungkap oleh informan 3 dalam wawancara. Tentunya dalam pembentukan desa binaan oleh Bawaslu Buton Selatan terdapat internalisasi pembelajaran bagaimana menjadi pengawas pemilu berupa pembelajaran ilmu pengawasan dan undang-undang pemilu. Internalisasi nilai-nilai pengawasan adalah membudayakan pengawasan oleh masyarakat oleh masyarakat sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam tahapan kampanye pemilu. Seperti yang diungkapkan oleh informan 1. Target Bawaslu Buton Selatan adalah masyarakat mampu menyuarakan kebenaran dalam menegakan peraturan yang seharusnya dilaksanakan, seperti yang diungkapkan oleh informan 2. Internalisasi nilai adalah tentang apa saja yang harus ditolak secara umum pada

tahapan kampanye pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan. Bawaslu Buton Selatan secara sadar dengan menciptakan desa binaan pengawasan pada desa lawela adalah bagian tugas untuk menciptakan masyarakat yang cerdas akan pentingnya sebuah pemilihan atau pemilu. Peran Bawaslu Buton Selatan dalam membangun desa binaan pengawasan partisipatif pada desa lawela adalah proses motivasi dalam mengembangkan komitmen untuk menciptakan keterlibatan masyarakat dalam upaya melakukan pengawasan pada tahapan kampanye pemilihan umum tahun 2019. kolaborasi antara desa lawela dan Bawaslu Buton Selatan tentunya akan melahirkan pengembangan alat perencanaan, motivasi, manajemen dan komitmen dalam upaya melakukan pengawasan pemilu. Pembangunan komunitas yang memerlukan beberapa definisi dan klasifikasi. Tema yang berulang di seluruh beberapa definisi komunitas adalah bahwa di dalam komunitas, ide dan nilai tertentu dibagikan. Komunitas adalah “sekelompok orang yang secara sosial saling bergantung, yang berpartisipasi bersama dalam diskusi dan pengambilan keputusan, dan yang berbagi praktik tertentu yang mendefinisikan komunitas dan dipelihara olehnya” (Bella, Madsen, Sullivan, Swindler, & Tipton, 1985). selain itu juga, desa pilihan Bawaslu Buton Selatan dalam menjadikan desa lawela sebagai desa binaan Bawaslu adalah dengan memperhatikan kondisi geografi dimana desa lawela adalah desa perbatasan dengan Kota Baubau, hal ini tidak bisa dipisahkan antara strategi pengawasan yang saling mempengaruhi antara Kabupaten Buton Selatan dan Kota

Baubau dalam segala aspek. dengan demikian pembangunan desa binaan Bawaslu Buton Selatan pada desa lawela adalah bentuk komitmen Bawaslu dalam rangka membangun komunitas pengawasan dalam hal melibatkan masyarakat ikut andil dalam melakukan pengawasan pemilu tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan.

Bab 14

KOORDINASI BAWASLU BUTON SELATAN

Rapat koordinasi Bawaslu Buton Selatan adalah bagian yang dilakukan oleh Bawaslu Buton sebagai organisasi fungsional yang harus di bangun secara bersama stake holder. Rapat adalah pertemuan untuk mencapai tujuan bersama sedangkan koordinasi adalah usaha kelompok atau organisasi untuk mencapai tujuan bersama dengan menciptakan kesatuan tindakan dalam mengejar tujuan bersama, Bawaslu Buton Selatan telah melakukan rapat koordinasi dengan stakeholder dalam hal ini adalah Pemerintah Buton Selatan, KPU, Kejaksaan, kepolisian dan partai politik dalam menghadapi pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan. Rapat koordinasi Bawaslu Buton Selatan adalah proses pengaturan, memadukan, pengintegrasian kepentingan bersama untuk mencapai tujuan bersama secara efektif dan efisien. Rapat koordinasi dilakukan sebagian besar dilakukan bersama publik eksternal Bawaslu Buton Selatan. Hal ini dimaksudkan untuk terciptanya komunikasi antar lembaga dalam suatu wilayah. Dalam hal ini tentunya yang menjadi kunci rapat koordinasi adalah terciptanya komunikasi yang ada pada organisasi kunci Fokus pada pendekatan ini pada proses identifikasi, pencarian dan pengaturan hubungan dengan orang-orang kunci (key audience) singkatnya pendekatan ini menurut

Grunig dan Hunt (1984: 4) memandang *Public relations* sebagaimana manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya. Rapat koordinasi Bawaslu adalah bentuk dari sebuah pendekatan kebersamaan dengan organisasi kunci yang ada di Kabupaten Buton Selatan. Fungsi rapat koordinasi yaitu 1. Untuk memecahkan atau mencari jalan keluar suatu masalah. 2. Untuk menyampaikan informasi, perintah, pernyataan. 3. Sebagai forum silaturahmi dan demokrasi, diharapkan peserta rapat dapat ikut berpartisipasi kepada masalah-masalah yang sedang dikemukakan. 4. Sebagai alat koordinasi yang baik antara peserta rapat dengan perusahaan /organisasi. 5. Menampung semua permasalahan dari arus bawah (para peserta). 6. Sebagai sarana bernegosiasi 7. Ketentuan hukum, menurut arahnya, terdapat koordinasi horizontal yaitu koordinasi antar pejabat atau antar yang mempunyai tingkat hierarki yang sama dalam suatu organisasi dan antar pejabat dari organisasi-organisasi yang setingkat, koordinasi diagonal koordinasi antar pejabat atau unit yang berbeda fungsi dan berbeda tingkatan hierarkinya dan koordinasi fungsional yaitu koordinasi antar pejabat, antar unit atau antar organisasi yang didasarkan atas kesamaan fungsi, atau karena koordinatornya mempunyai fungsi tertentu. Perkataan hubungan dapat dimaknai sebagai keadaan berhubungan atau bersambung anantara satu pihak dengan pihak lainnya. Hubungan dapat juga berarti kontak, ikatan dan pertalian. Hubungan dapat terbentuk antara manusia yang bersifat manusiawi yang dikenal dengan human relations, hubungan juga dapat terbentuk antara organisasi dengan individu, antara organisasi dengan

organisasi lain, atau organisasi dengan publik atau masyarakat (Arifin , 2020). Bawaslu Buton Selatan dalam membangun rapat koordinasi dengan melibatkan fungsional itu disebabkan Bawaslu sebagai lembaga fungsional yang mengatur tentang pengawasan pemilihan umum atau pemilihan dalam suatu wilayah dalam hal ini wilayah Buton Selatan. Kemudian adanya saling tukar informasi dari semua pihak yang bekerja sama mengenai kegiatan dan hasilnya pada suatu saat tertentu, termasuk masalah-masalah yang dihadapi masing-masing, didukung dengan adanya koordinator yang dapat memimpin dan menggerakkan serta memonitor kerjasama tersebut, serta memimpin pemecahan masalah bersama, dan adanya informasi dari berbagai pihak yang mengalir kepada koordinator sehingga koordinator dapat memonitor seluruh pelaksanaan kerjasama dan mengerti masalah-masalah yang sedang dihadapi oleh semua pihak, serta dilengkapi dengan adanya saling hormat menghormati terhadap wewenang fungsional masing-masing pihak sehingga tercipta semangat untuk saling bantu. Rapat koordinasi adalah bentuk pendekatan komunikasi yang dilakukan oleh Bawaslu Buton Selatan bersama dengan lembaga terkait. Hal ini dimaksudkan untuk mengkomunikasikan tahapan kampanye pemilu yang dilaksanakan pada tahun 2019 agar tercipta hubungan yang baik antar lembaga. Dalam hal ini Bawaslu Buton Selatan telah melakukan rapat koordinasi sebagai bagian untuk membangun hubungan yang baik bersama publik eksternal. Hal ini dilakukan dalam rangka untuk menjaga hubungan, saling pengertian, manajemen dan mencari solusi ketika ada

masalah dalam tahapan kampanye pemilu tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan.

Bab 15

RAPAT KERJA TEKNIS BAWASLU BUTON SELATAN

Bawaslu Buton Selatan pada pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan telah dan sering melakukan rapat kerja teknis bersama staf dan anggota di bawahnya dalam hal ini adalah pengawas pemilu tingkat kecamatan. Hal ini dilakukan Bawaslu adalah dengan melakukan hubungan kerja, hubungan ini dilakukan sebagai bentuk pembinaan, manajemen dalam rangka melakukan persiapan kerja pengawasan pada pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan. Rapat kerja teknis dimaksudkan untuk membangun hubungan motivasi kerja yang dilakukan oleh Bawaslu terhadap staf dan anggota pengawas kecamatan. Hal ini agar menimbulkan semangat yang baik dalam hal melakukan kerja-kerja pengawasan. Rapat kerja teknis adalah rapat yang dilakukan oleh Bawaslu dalam rangka penguatan hubungan internal. Penguatan hubungan internal berupa sumberdaya dan keterampilan dalam melakukan kerja-kerja pengawasan dengan dasar undang-undang. *Public relations* politik menurut Danandjaja (2011: 12) dikenal dengan istilah lebih populer dengan hubungan masyarakat disingkat humas adalah suatu bidang spesialisasi dalam ilmu komunikasi yang menitikberatkan pada usaha menumbuhkan saling pengertian dan kerjasama antar publik pada suatu instansi

atau perusahaan. Selain itu Widjaja (2010 : 3) juga menyatakan bahwa eksistensi humas pada setiap lembaga/instansi merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka memperkenalkan kegiatan dan aktivitas pada masyarakat (khalayak). Berdasarkan hal tersebut tidak dapat menutup mata bahwa *public relations* politik yang berawal dari sebuah fungsi manajemen telah memberikan kontribusi sangat besar dalam konsepsi *public relations* dalam kehidupan manusia (Kasali, 2008: 31). hubungan Bawaslu bersama staf dan anggota pengawas pemilu kecamatan adalah hubungan fungsional kerja dimana terdapat tujuan antara atasan dan bawahan. Bawaslu Buton Selatan telah membangun hubungan dengan publik internal dimana rapat kerja teknis sebagai langkah komunikasi dialogis untuk melakukan kerja-kerja pengawasan dengan dasar teknis yaitu undang-undang nomor 7 tahun 2017 tentang pemilihan umum.

Bab 16

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam konteks pendekatan *public relations* politik Bawaslu Buton Selatan dalam pengawasan pemilu tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bawaslu Kabupaten Buton Selatan telah melakukan pendekatan *public relations* politik dengan membangun komunitas politik. Dengan melakukan hal tersebut di atas komunitas pengawasan selalu menjadi mitra strategis guna melakukan pengawasan pemilu tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan.
2. Bawaslu Buton Selatan telah menggunakan pendekatan *public relations* politik dengan public. Hal ini dengan terlihat dengan mengembangkan publik internal dan public eksternal. Publik internal dengan melakukan rapat kerja dengan membangun sumberdaya pengawasan dan hubungan publik eksternal berupa sosialisasi aturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Bawaslu Buton Selatan telah melakukan pendekatan *public relations* dengan pendekatan paradigma Grunigian dengan menjaga hubungan harmonis dan saling membangun diskusi dialogis Bersama untuk

menyukseskan pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan

B. Saran

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian mengenai pendekatan *public relations* politik Bawaslu Buton Selatan dalam kampanye pemilihan umum tahun 2019 di Kabupaten Buton Selatan, sehingga peneliti mengajukan beberapa saran. Saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Bawaslu Buton Selatan dalam melakukan pendekatan *public relations* politik dengan pembangunan komunitas pengawasan namun masih minim peran. Namun lebih dari itu, pembangunan komunitas pengawasan harus lebih meluas pada tingkat masyarakat bawah yang kemudian membangun keterlibatan semua masyarakat untuk menjadi pengawas partisipatif dalam pemilihan umum tahun 2019 di Buton Selatan.
2. Bawaslu Kabupaten Buton Selatan dalam melakukan relasi dengan public bukan hanya terfokus pada rapat koordinasi dan rapat kerja yang bersifat statis namun juga perlu keterlibatan pada kesempatan lain agar lebih dinamis yang tidak berfokus pada rakor dan raker baik itu internal Bawaslu maupun eksternal Bawaslu Buton Selatan.
3. Bawaslu Buton Selatan dalam melakukan pendekatan *public relations* politik dengan paradigma Grunigian

harus ditingkatkan lebih meluas bukan saja pada kelompok tertentu atau Lembaga pemerintahan namun juga Bawaslu Buton Selatan harus menyentuh di masyarakat yang lebih luas

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ardial. 2009. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Indeks
- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi komunikasi*, Bandung: Armico
- Arifin, Anwar. 2007, *public relations*. Jakarta. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia YAI bekerjasama Pustaka Indonesia, 2010. Opini publik, Jakarta: Gramata
- Cutlip, Scott M, Allen H. Center, dan Broom Glen, M. 2005. *Effektive public relations*. Jakarta: Indeks-kelompok Gramedia.
- Cangara, Hafid. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: Rajawali pers.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Human Relations dan public relations*. Bandung: Mandar maju
- Firmanzah. 2007. *marketing politik*. Jakarta: Yayasan obor
- Grunig, James, E. dan Todd hund. 1999. *Excellence in public relations and effective organization*. Mahwah. New Jersey: Lawrence Ellbourn Associates publisher.
- Heryanto, Gun Gun. 2020. *Realitas Komunikasi Politik Indonesia kontemporer*. Yogyakarta

Heryanto, Zarkasyi. 2012. *Public relations politik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jefkins, frank, 2004. *Public relations*. Jakarta : Erlangga

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Public relations dan Krisis Manajemen*, jakarta: Kencana Prenada Media Group

Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik* (Komunikator, Pesan, dan Media),

Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik* (Khalayak dan Efek). Terjemahan: Tjun Surjaman. Cetakan III, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001)

Pfau, Michael dan Roxanne Parrot. 1993. *Persuasive communication campaigns massachusetts*: Allyn and Bacon

B. Jurnal

Aswad Ishak. Jurnal komunikasi, volume 1, nomor 4 januari 2012. *Peran public relations dalam komunikasi organisasi*

Ahmad edi subianto. Jurnal konstitusi vol. 17 No. 2 juni 2020. Pemilihan umum serentak yang berintegritas sebagai pembaharuan demokrasi di Indonesia.

- Efriza. Artikel *Politica*. Vol. 10 No 1 mei 2019. *Eksistensi partai politik dalam persepsi public*.
- Hanindya Laila Pienrasmi. Jurnal ilmu komunikasi, ISSN 1907-898X, Volume 9, nomor 2, April 2015. *Pemanfaatan sosial media oleh praktisi public relations* di Yogyakarta
- Ilyas lampe. Jurnal *academica*. Vol. 2 No. 2 tahun 2010. Konsep dan aplikasi *public relations* politik pada kontestasi politik di era demokrasi.
- Jackson. Publisher in January 2017. *Political public relations spin, persuasion or relationship building*.
- Jackson and Lilleker. *European journal of communication*. Vol 19 No. 507-533. Just *public relations* or an attempt at interaction.
- Noviani ahmad putri. Jurnal komunitas. 2011. Penanaman nilai-nilai Pendidikan karakter melalui mata pelajaran sosiologi.
- Prayuda. Jurnal ilmu komunikasi. Vol. 4 No. 1 juni 2007. Manajemen isu dan tantangan masa depan : pendekatan *public relations*.
- Sentot harman glendoh. Jurnal manajemen dan kewirausahaan. Vol. 2 No. 1 maret 2000. Fungsi

pengawasan dalam penyelenggaraan manajemen korporasi.

Strongback and Kiousis. *Public relations journal* Vol. 7 No. 4 tahun 2013. *Political public relations : old practice new theory-building.*

The Melita E. Y. H, S. *Jurnal E-Komunikasi* . vol. 3 no. 1 tahun 2015. *Strategi komunikasi public relations PT. Angkasa Pura 1 (persero) bandara internasional juanda surabaya dalam menyosialisasikan terminal baru (T2)*

C. Undang-undang

Undang-undang Nomor 7 tahun 2017 tentang pemilihan umum

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggara Pemilihan Umum

Undang-undang Nomor 22 tahun 2007 tentang penyelenggara pemilu

P

emilihan Umum adalah proses seseorang untuk mencapai jabatan tertentu baik itu Legislatif maupun Eksekutif. Pemilu adalah cara atau sarana untuk mengetahui keinginan rakyat mengenai arah dan kebijakan Negara kedepan (Morrison 2005: 17).

UU No. 7 Tahun 2017 tentang pemilihan umum. Pemilihan umum yang selanjutnya disebut pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota DPR, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota, DPD RI, Presiden dan Wakil Presiden yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan UUD 1945. Pemilihan Umum tahun 2019 adalah wahana konsolidasi Demokrasi untuk menciptakan Pemilu yang berintegritas.

Proses penyelenggaraan pemilu adalah prasyarat penting dalam pemilu, agar hasil pemilu mendapatkan pengakuan yang baik di masyarakat dalam membangun konsolidasi demokrasi. Pengawasan pemilu perlu dilakukan untuk menjamin terbangunnya sistem politik yang demokratis dari awal. Dengan adanya pengawasan, kualitas pemilu di Negara mendapatkan kepercayaan dari aktor politik di dalam maupun di mata dunia Internasional (Gunawan, 2016 : 107).



ISBN 978-623-99847-8-6

