PERAN MEDIA MASSA DALAM KOMUNIKASI POLITIK

Oleh : Chacha Annisa Ritonga

Abstract

The existence of mass media in the context of political communication has an important role. It is in accordance with the process of the authoritative political transformation to the reformation era which undoubtedly the expression freedom to be a basic of the formation of democratic citizen life. Mass media has an important role in delivering the political message to the public significantly, because the mass media has some advantages such as mass media has a broad range to the public and directly also immediately affects to the message receiver. In addition, the mass media affects the public about what they think important. The mass media indeed cannot determine what to think, but affect what to think about. By choosing certain news and ignore others, media forms our world image as the media presents. Therefore, it is reasonable if the mass media involvement in the developing of certain political and democracy system is very crucial.

Key Word : Mass Media, Politic Communication

Abstrak

Adanya media massa dalam konteks komunikasi politik memiliki peran penting. Hal ini sesuai dengan proses transformasi politik yang berwibawa ke era reformasi yang tak diragukan lagi merupakan kebebasan berekspresi untuk menjadi dasar pembentukan kehidupan warga negara yang demokratis. Media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat secara signifikan, karena media massa memiliki beberapa keunggulan seperti media massa yang memiliki jangkauan luas hingga masyarakat dan secara langsung juga langsung mempengaruhi penerima pesan. Selain itu, media massa memengaruhi masyarakat tentang apa yang menurut mereka penting. Media massa memang tidak bisa menentukan apa yang harus dipikirkan, tapi mempengaruhi apa yang harus dipikirkan. Dengan memilih berita tertentu dan mengabaikan yang lain, media membentuk citra dunia kita sebagai media yang hadir. Oleh karena itu, masuk akal jika keterlibatan media massa dalam pengembangan sistem politik dan demokrasi tertentu sangat krusial.

Kata Kunci : Media Massa, Komunikasi Politik

PENDAHULUAN

Transformasi politik menjadi bagian dari kontribusi media. Kini media memiliki kontribusi besar dalam membangun pemahaman masyarakat hingga perilaku politiknya. Dalam merespons perubahan politik pasca Orde Baru, sebagian pekerja media menghadapi realitas politik yang penuh dinamika. Kondisi demikian melahirkan perubahan perilaku politik di kalangan masyarakat. Salah satu faktor determinan adalah publikasi media yang memberitakan transformasi politik dan pers memiliki kebebasan berekspresi sehingga dalam pemberitaannya cenderung independen. Hal inilah yang melatari terjadinya perubahan perilaku politik masyarakat di sejumlah daerah di Indonesia.

Berbagai persoalan yang mengiringi pola dan intensitas berpolitik di kalangan yang dilatari dari besarnya pengaruh media massa. Hal ini menarik dicermati dalam paradigma akademik. Justru aspek yang cukup menarik namun belum mendapat perhatian akademik yang baik, adalah pada dimensi media.

Mencermati berbagai tayangan media yang bermuatan media terutama yang bermuatan politik mengalami proses dekonstruksi terjadi melalui proses penafsiran kemudian menjadi realitas sosial baru dalam kesadaran umum melalui tahap eksternalisasi, subjektifikasi, dan internalisasi yang berlangsung dalam proses konstruksi sosial media dalam media.

Dalam perspektif media komunikasi Indonesia kontemporer, kehadiran media massa menghadapi dilema terkait dengan tuntutan reformasi media massa. Terutama terkait dengan komunikasi politik, Idy Subandy Ibrahim mencermati komunikasi politik pasca reformasi ditandai dengan meleburnya politik dalam budaya pop.[1]

Salah satu elemen demokrasi adalah kebebasan pers yang kelak membangun kesadaran politik masyarkat. Kontribusi media cukup signifikan terhadap konstruk kesadaran, pemahaman dan perilaku politik masyarakat, termasuk kehadiran

[1] Idy Subandy Ibrahim, *Budaya Populer sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer.* (Jakarta: Jalasutra, 2007), h. 189

media yang turut mempengaruhi perilaku politik. Masyarakat memasuki era baru yang dikenal era reformasi, yang ditandai mundurnya Soeharto sebagai presiden 21 Mei 1998 melahirkan liberalisasi dan relaksasi politik. Pada era ini, konstelasi politik di tanah air mengalami transformasi paradigma dan sistem cukup signifikan.[2]

Berbagai persoalan yang mengiringi pola dan intensitas berpolitik di kalangan yang dilatari dari besarnya pengaruh media massa. Hal ini menarik dicermati dalam paradigma akademik. Justru aspek yang cukup menarik namun belum mendapat perhatian akademik yang baik, adalah pada dimensi media. Hal ini dianggap unik sebab pola politik media terkadang sulit diukur melalui pendekatan media dan kaitannya dengan perilaku politik secara normatif bahkan empiris.

Berdasarkan latar belakang persoalan ini, maka tulisan ini berusaha mencari rumusan bagaimana peran media membentuk kesadaran politik masyarakat, apakah pemberitaan politik media massa mendukung kegiatan politik masyarakat dan bagaimana politikus membentuk pencitraan dirinya melalui media dalam kegiatan politik dalam masyarakat.

Media Massa sebagai Sumber Pengaruh Politik

Dari berbagai literatur yang dikaji mengenai komunikasi politik, umumnya dikaitkan dengan peranan media massa dalam proses komunikasi yang dilaluinya. Hal ini mencerminkan adanya kecenderungan makalah dan karya tulis yang terkait komunikasi politik masih didominasi mengenai kampanye politik untuk mendulang suara atau membangun kekuatan politik yang diorientasikan pada kekuasaan.

Kampanye politik tersebut tidak bisa melepaskan diri dari pengaruh media massa, baik media cetak maupun elektronik. Konsekuensinya, pendekatan analisis yang digunakannyapun pada gilirannya lebih banyak menggunakan analisis media massa, terutama berkaitan dengan

[2] Bachtiar Effendi, *Repolitisasi Islam: Pernahkah Islam Berhenti Berpolitik?*(Bandung: Mizan, 2000), h.195

teori-teori hubungan antara media dan masyarakat,seperti teori tentang pesan, mekanisme penyebaran informasi yang terjadi,serta efek-efek psikologis dan sosiologis yang ditimbulkannya. Terkait dengan hal ini, Kraus dan Davis dalam bukunya *The Effects of MassCommunication on Political Behaviour* menegaskan tema komunikasi politik telah dilakukan dan dipublikasikan sejak 1959, memberikan informasi bahwa media juga melakukan konstruksi realitas politik dalam masyarakat. Di samping itu, juga mengungkap masalah-masalah posisi komunikasi politik dalam kasus-kasus kegiatan politik praktis dalam proses transformasi dan pembentukan komunikasi politik masyarakat.[3]

Sementara itu, Graber memandang bahwa komunikasi politik merupakan proses pembelajaran, penerimaan dan persetujuan atas kebiasaan-kebiasaan *(customs)* atau aturan-aturan *(rules)*,struktur, dan faktor-faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap kehidupan politik. Sementara itu, Dan D. Nimmo dan Keith Sanders dalam *Handbook of Political Communication* (1981), juga mengungkap masalah-masalah komunikasi politik dalam kasus-kasus kegiatan politik

praktis yang dikaitkan dengan peran media massa. Dalam konteks komunikasi politik, Dan Nimmo menjelaskan pengaruh-pengaruh politik dimobilisasi dan ditransmisikan antara institusi pemerintahan formal di satu sisi dan komunikasi memilih masyarakat pada sisi lain.

Pada prinsipnya, komunikasi politik tidak hanya terbatas pada even-even politik seperti pemilu saja, tetapi komunikasi politik mencakup segala bentuk komunikasi yang dilakukan dengan maksud menyebarkan pesan-pesan politik dari pihak-pihak tertentu untuk memperoleh dukungan massa. Secara teoritis fenomena komunikasi politik yang berlangsung dalam suatu masyarakat, seperti telah diuraikan sebelumnya,merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dinamika politik, tempat komunikasi itu berlangsung. Karena itu, kegiatan komunikasi politik

[3] Kraus dan Davis, *The Effects of Mass Communication on Political Behaviour*.New York: Hasting House Publiahers, 1975. h, 19-59.

di Indonesia juga tidak bisa dilepaskan dari proses politik nasional yang menjadi latar kehidupannya.

Untuk memahami kerangka konseptual pergumulan politik di Indonesia, dikenal konsep "revolusi partisipasi" akan dicoba diadaptasi. Partisipasi politik ormas yang mengawali ledakannya pada awal 1990-an dan kemudian semakin tidak terbendung lagi pada saat menjelang suksesi 1997. Tulisan itu pun sesungguhnya diadaptasi dari konsep "revolusi partisipasi" Perkembangan teoretis dalam studi ilmu politik yang menyangkut lahirnya konsep partisipasi politik dan ciri-ciri teori partisipasi politik yang berorientasi Barat. Hal ini sulit dihindari, karena menurutnya, sifat-sifat yang biased dan western-oriented merupakan ciri pertarna dan teori partisipasi politik Barat. Apa yang dapat diadaptasi dan teori-teori tersebut dalam konteks ini adalah bahwa partisipasi politik.[4]

Blake dan Haroldaen dalam *A Taxonomy of Concepts in Communication* menyatakan bahwa "komunikasi politik adalah komunikasi yang memiliki pengaruh aktual dan potensial mengenai fungsi dari pernyataan politik atau entitas politik lainnya".[5] Sedangkan Dan Nimmo mendefinisikan "komunikasi politik sebagai kegiatan komunikasi yang berdasarkan konsekuensinya (aktual maupun potensial) mengatur kegiatan manusia di dalam situasi konflik.[6] Jika kita mengambil definisi komunikasi politik Blake di atas maka jelas bahwa untuk mengetahui "pernyataan politik" dan fungsi atau pengaruhnya maka media massa merupakan salah satu saluran komunikasi yang paling penting, selain komunikator dan isi pesan itu sendiri.

Adapun prinsip-prinsip komunikasi politik: *pertama,* konsistensi. Dalam melakukan komunikasi politik, informasi yang disampaikan harus konsisten dengan substansi platform partai dan konsisten terhadap paradigma partai dan solusi atas problem-problem yang dihadapi

[4] Samuel C Patterson, *A More Perfect Union: Introduction to American Government.* New York: Hasting House Publiahers, 1975.

[5] Blake Reed H. and Edwin 0. Haroldaen, *A Taxonomy of Concepts in Communication,* (New York: Hasting House Publiahers, 1975), h. 44.

[6] Dan Nimmo, *Political Communication and Publik Opinion and America,* diterbitkan Goodyear Pubhlising, edisi Indonesianya, *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*, Bandung; Rosda Karya, 2000.

oleh konstituen dan publik. *Kedua,* replikasi. Dalam melakukan komunikasi politik, informasi harus disampaikan berulang kali, sehingga konstituen dan publik paham betul dengan content/isi platform partai dan apa yang sedang diperjuangkan oleh partai. *Ketiga,* evidence. Dalam komunikasi politik informasi yang disampaikan oleh partai harus ada dan dapat dibuktikan kebenaran dan eksistensinya.

Begitu pula partai harus memberikan bukti-bukti konkrit atas apa yang telah dan sedang mereka kerjakan. Kebanyakan makalah komunikasi, menurut Halloran, tidak seimbang antara makalah mengenai akibat yang ditimbulkan oleh komunikasi di satu sisi dan peran komunikator itu dalam mendisain isi pesan di sisi lain. Dalam komunikasi massa, misalnya, makalah lebih banyak menitikberatkan pada masalah efek atau pengaruh media terhadap khalayak daripada apa yang sebenarnya mempengaruhi isi media. Keadaan ini juga berlaku pada makalah media dan politik.

Pentingnya media massa dalam penyebaran politik diuraikan Reese dan Shoemaker telah coba membuka tabir tentang faktor-faktor yang sangat mempengaruhi isi media. Menurutnya, terdapat sejumlah faktor yang berpengaruh terhadap isi suatu media, di antaranya adalah pengaruh pekerja media (penyiar atau jurnalis), pengaruh organisasi media, pengaruh ekstramedia, dan pengaruh ideology.[7] Makalah Reese dan Shoemaker tersebut menunjukkan bahwa pengaruh "siapa" (menurut taksonomi Lasswell) atau "kelompok yang mempengaruhi isi media" (menurut Reese dan Sheomaker) atau juga "komunikator politik" (yang oleh Nimmo disebut sebagai komunikator profesional) dalam menyampaikan "isi pesan" ternyata tidak kalah pentingnya dari pengaruh lainnya, seperti "media", "khalayak", dan "efek atau akibat komunikasi" yang dilakukan.

Berkaitan dengan posisi penting komunikator dalam menentukan isi media, Nimmo secara detil membagi komunikator politik ke dalam tiga kelompok, yaitu politikus, profesional,

[7] Lihat Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating the Massage:Theories of Influences on Mass Media Content,* 2nd edition, (New York: Longman,1996).

dan aktivis. Politikus sebagai komunikator politik dalam pelaksanaannya terkadang bertindak sebagai wakil partisan dan terkadang pula bertindak sebagai ideology, sebagai wakil partisipan, komunikator politik mewakili kelompok tertentu dalam tawar-menawar dan mencari kompromi pada masalah-masalah politik. Mereka bertindak dengan tujuan mempengaruhi opini orang lain, mengejar perubahan atau mencegah perubahan opini. Mereka adalah makelar yang membujuk orang lain agar ikut dan setuju dengan ide yang ditawarkannya.[8]

Salah satu karya yang mengungkap landasan teoritis tentang komunikasi politik terungkap dalam buku *Political Communication,Issues and Strategies for Research.* Buku yang disunting Steven H.Chaffee (1975) ini juga mengungkap kasus di lapangan yang masih terbatas pada kegiatan-kegiatan politik praktis.

Dalam operasionalisasinya, komunikasi politik dikembangkan berdasarkan sejumlah teori tindakan komunikatif terkait rasio dan rasionalisasi masyarakat dikembangkan para ilmuan komunikasi. Di antaranya, Jurgen Habermas menulis *Theori des Kommunikativen Handelns,* secara umum menerangkan bahwa; *the theory of communicative action* memiliki tiga tujuan yang terkait satu sama lain:

1) Mengembangkan konsep rasionalitas yang tidak lagi terikat pada dan dibatasi oleh premis-premis subjektif filsafat modern dan teori sosial.
2) Merekonstruksi konsep masyarakat dua-level yang mengintegrasikan dunia kehidupan dan paradigma sistem.
3) Mensketsakan, berdasarkan latar belakang di atas, teori kritis tentang modernitas yang menganalisis dan membahas patalogi-patalogi dengan suatu cara yang lebih menyarankan adanya perubahan arah daripada pengabaian proyek pencerahan.[9]

Dalam perspektif Allan G. Johnson yang menegaskan bahwa sistem sosial dalam struktur organisasi

[8] Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2003.

[9] Jurgen Habermas, *Theori des Kommunikativen Handelns, Bab I: Handlungsrationalitat und gesellschaftliche Rationalisierung*, Suhrkamp Verlag, 1981.

sebagai alternatif menguatnya pengaruh individu.[10] Jika perspektif ini diadopsi, maka tampaknya rasionalitas masyarakat dalam menentukan pilihan politiknya banyak dipengaruhi dari akses berita politik media. Dalam realitasnya, aspek rasionalitas masyarakat dalam menentukan pilihan-pilihan politiknya pada umumnya masih dipengaruhi pemberitaan media. Pilihan politik

yang mengedepankan rasionalitas, sejatinya diputuskan berdasarkan hati nurani atau pilihannya secara personal tanpa intervensi siapapun. Menurut Allan G. Johnson, pilihan rasional ditentukan pada kepentingan diri yang tetap dipertautkan dengan sistem sosial.[11]

Selain itu, media juga mengembangkan pengkajian wacana politik dengan menggunakan analisis wacana. Wacana *(discourse)* tidak hanya mencakup ucapan-ucapan dan bentuk-bentuk komunikasi nonverbal, tetapi juga mencakup segala macam "teks" dalam pengertiannya yang luas. Bila dilihat dari perspektif *extra linguistic,* kata "text" dapat diperlebar pemakaiannya meliputi pesan-pesan yang dirumuskan melalui sistem tanda, seperti tanda lampu lalu lintas, upacara-upacara ritual keagamaan, atau adat masyarakat tertentu, gaya-gaya pakaian, gerak tubuh, atau juga kode indikator yang bersifat elektronik.[12]

Kebanyakan komunikasi, baik lisan maupun tertulis, dari yang biasa sampai yang terinci, terdiri atas aksi-aksi yang kompleks yang membentuk "pesan-pesan" atau "wacana" *(discourse).* Sedangkan studi tentang struktur pesan disebut sebagai analisis

---

[10] Allan G. Johnson, *The Blackwell Dictionary of Sociology: A User's Guide to Sosiological Language,* (First Publiseh, USA, 1995), h. 225.

[11] *Ibid.*

[12] Anthony C. Thiselton, *New Horizon In Hermeneutics,* (Michigan: Zondervan Publikation House, *1992).* h. 55. Bandingkan Jorge J. E. Gracia, *A Theory of Textuality:* The *Logic and Epistemology,* (New York: State University of New York Press, 1995), h. 4.Jorge J. E. Gracia memaknai, kata "text" berasal dari bahasa Latin *textus* yang berarti *texture, tissue, structure, in relation to language, construction,combination,* dan *connection.* Sedangkan secara terminologi, Gracia memberikan pengertian sebagai berikut: *A text is a group of entities. Used as sign, which are selected, arranged, and inteoried by an author in certain context to convey some spesific meaning to an audience.* Dari definisi yang dikemukakan di atas, terdapat enam unsur dalam pengertian teks, yakni (1) adanya entitas yang menempati teks. Sebuah teks pasti, setidaknya, terdiri atas goresan pena, baik berupa titik, garis, maupun polesan tinta yang membentuk sebuah teks, (2) setiap teks digunakan sebagai tanda *(sign)* yang ingin dipesankan, (3) setiap teks memiliki arti yang khusus, (4) setiap teks bersifat disengaja *(intentional)* dibuat oleh si pembuat *(author)* atau dengan kata lain, setiap teks tidak dengan sendirinya berwujud, setiap teks muncul melalui pemilihan dan penyusunan, dan setiap teks selalu didasarkan pada konteks tertentu.

wacana *(discourse analysis)*. Menurut Scott Jacobs, ada tiga hal yang perlu mendapat perhatian dalam studi ini: *pertama,* analisis wacana disusun oleh para komunikator dengan cara dan prinsip tertentu agar seseorang mengetahui arti yang ingin disampaikan. *Kedua,* analisis wacana dipandang sebagai masalah aksi. Sehingga, pengguna bahasa mengetahui bukan hanya aturan-aturan tata bahasa, melainkan juga aturan-aturan untuk menggunakan unit-unit yang lebih besar untuk mencapai tujuan pragmatik dalam situasi sosial tertentu. *Ketiga,* analisis wacana dipandang sebagai suatu pencarian prinsip-prinsip yang digunakan oleh komunikator aktual dari prespektif mereka, atau dengan kata lain, analisis wacana tertarik pada aturan-aturan transaksi pesan.[13]

Menurut Van Dijk (1997), kerangka teoretis yang mendasari perbincangan kita mengenai wacana politik *(political discourse)* selalu tidak bisa terlepas dari kesadaran politik *(political cognition)* masyarakatnya. Hal ini sangat terkait dengan berbagai level dan dimensi dari wilayah politik *(political domain)*. Level yang paling dasar adalah aktor politik yang di dalamnya terdiri atas dimensi gagasan, pandangan, wacana, dan interaksi dalam situasi politik tertentu. Level tengah adalah institusi atau kelompok politik, termasuk di dalamnya adalah keterwakilannya *(shared representations)* di dalam pergumulan politik, wacana kolektif, hubungan, dan interaksi yang dibangun. Sedangkan level yang paling tinggi adalah sistem politik, termasuk di dalamnya adalah dimensi keterwakilan yang abstrak, aturan wacana *(orders of discourse)*, dimensi sosial politik, budaya, dan proses sejarah.

Pandangan-pandangan di atas menggambarkan kepada kita bahwa makalah tentang wacana politik, baik langsung maupun tidak langsung, baik melalui media, seperti analisis isi, melalui survei, maupun melalui wawancara, merupakan analisis multilevel. Artinya, analisis wacana politik tidak semata-mata

[13] Stephen W. Littlejohn, Theories *of Human Communication*, 6th edition,(California: Wadawort Publishing Company, 1999), h. 83-84.

membicarakan hal-hal yang diucapkan atau dituliskan *(talk and text),* tetapi juga mencakup semua konteks yang melingkupinya.

Analisis terhadap wacana media biasanya menggunakan pendekatan analisis ragam tingkat *(multilevel analysis).* Dalam konteks ini, Fairdough menyatakan bahwa seorang peneliti, di samping memperhatikan hal-hal yang bersifat tekstual, ia juga harus memperhatikan hal-hal yang bersifat kontekstual dan ekstramedia. Ia mengemukakan konsep analisis antarteks *(intertextuality analysis)* dengan istilah "Analisis Wacana Kritis" *(Critical Discourse Analysis).* Pendekatan ini disebut "wacana" *(discourse)* karena merupakan konsep yang digunakan oleh para ahli dan peneliti ilmu sosial dan ahli bahasa. Sedangkan disebut "kritis" *(critical)* karena keberadaannya diakui, baik dalam praktik social secara umum maupun dalam penggunaan bahasa secara khusus, memiliki
hubungan sebab-akibat yang telah disadari sekalipun dalam kondisi yang normal. Wacana ini selalu merujuk pada penggunaan bahasa, baik lisan maupun tulisan.[14]

Menurut Van Dijk, *Critical Discourse Analysis* lebih menekankan pada aspek sosiohistoris yang melingkupi struktur teks. Dengan demikian, tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui lebih dalam mengenai aspek-aspek sosiokultural yang melingkupi seluruh teks, termasuk juga memahami berbagai hal menyangkut struktur organisasi dan cara kerja dalam produksi teks.

Sementara itu, media kini mengubah kehidupan masyarakat sehingga membentuk hiper realitas yang menjadi bagian fungsional dalam berbagai struktur masyarakat, terutama hadirnya televisi dan internet yang mengambil alih fungsi sosial manusia.[15] Dalam kajian ini dinicayakan bahwa media perlu dikontrol untuk memberikan pendidikan politik, berupa membangun kesadaran masyarakat melalui saluran informasi media. Dengan demikian jelas bahwa media memiliki peran penting dalam sirkulasi

[14] Norman Fairdough, *Media Discourse,* (New York: Edward Arnold, 1995), h. 54

[15] Burhan Bungin, *Pornomedia: SosiologiMedia, Konstruksi Sosial TekhnologiTelematika dan Perayaan Seks di Media Massa,* (Jakarta: Kencana, 2003), h. 5

pesan-pesan politik kepada masyarakat. Melalui media, seorang politisi dapat membangun pencitraan dirinya sehingga memiliki tingkat keterpilihan tinggi.

PENUTUP

Dalam konteks politik modern, media massa tidak hanya menjadi bagian integral dari politik, tetapi juga memiliki posisi yang sentral dalam politik. Rancangan kebijakan harus disebarluaskan agar rakyat mengetahui dan ikut mendiskusikannya dalam berbagai bentuk forum diskusi publik. Tuntutan atau aspirasi msyarakat yang beraneka ragam harus diartikulasikan. Semuanya membutuhkan saluran atau media untuk menyampaikannya. Media massa merupakan saluran komunikasi politik yang banyak digunakan untuk kepentingan-kepentingan seperti ini. Hal tersebut dikarenakan sifat media massa yang dapat mengangkat pesan-pesan (informasi dan pencitraan) secara massif dan menjangkau khalayak atau publik yang beragam, jauh, dan terpencar luas. Pesan politik melalui media massa akan sangat kuat mempengaruhi perilaku politik masyarakat. Pentingnya perilaku politk dalam menunjang keberhasilan pembangunan politik tampak dari perhatian ilmuwan politik yang tetap besar terhadap masalah ini. Asumsi umum menunjukkan bahwa demokrasi dapat dipelihara dan dipertahankan karena terdapat partisipasi warga Negara yang aktif dalam urusan kewarganegaraan. Partisipasi aktif mereka dalam kehidupan politik tidak dapat dipisahkan dari ketersediaan informasi, dan saluran atau media yang paling efektif untuk penyebaran informasi adalah media massa.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Anwar, *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2003.

Blake dan Haroldaen, "Critical Events Analysis" dalam *Political Communication: Issues and Strategies for Research* terbitan London, 1975.

Bungin, Burhan *Pornomedia: Sosiologi Media, Konstruksi Sosial Tekhnologi Telematika dan Perayaan Seks di Media Massa*,Jakarta: Kencana, 2003.

Chaffee, Steven H. , *Political Communication, Issues and Strategies for Research.* 1975.Feith, Herbet., dan Lance Castles, *Indonesian Political Thinking 1945-1965,* Cornell University Press, 1970.

Habermas, Jurgen., *Theori des Kommunikativen Handelns, Bab I:Handlungsrationalitat und gesellschaftliche Rationalisierung*,Suhrkamp Verlag, 1981.

Hikayat, M.Mahi, *Komunkasi Politik, Teori dan Praktek*,Jakarta:Simbiosa Rekatama Media, 2010.

Kraus dan Davis, *The Effects of Mass Communication on Political Behaviour* , 1959.

Knapp, Mark L., *Nonverbal Communication in Human Interaction,* Free Pres, 1972.

Krippendorff, Klaus., *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*,Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993.

Littlejohn, Stephen W., *Theoris of Human Communication* (sevent edition), New Mexico, 2002.

Mulyana, Deddy., *Komunikasi politik: Suatu Pengantar*, Bandung:Rosda, 2001.

Nimmo, Dan., *Political Communication and Public Opinion and America,* diterbitkan Goodyear Pubhlising, edisi Indonesianya, *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek,* Bandung; Rosda Karya,2000.

_____ *Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan*

----------., *Komunikasi Politik: (Komunikator, Pesan, dan Media.* Terjemahan Tjun Sumajan, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1999.

Patterson, Samuel C., *A More Perfect Union: Introduction to American Government.* Oxford, 1998.

Pawito, *Komunikasi Politik : Media Massa dan Kampanye Pemilihan*,Yogyakarta : Jalasutra, 2009.

Reed H., Blake, and Edwin 0. *Haroldaen, A Taxonomy of Concepts in Communication,* New York: Hasting House Publiahers, 1975.