



STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK PEREMPUAN DI INDONESIA

Oleh
Hamzah Turmudi
UIN Sunan Gunung Djati Bandung
Email: hamzah.turmudi@uinsgd.ac.id

Abstract

This article discusses the communication strategies used to increase women's political participation in Indonesia. This research is library research by taking various secondary sources. Communication strategy is a combination of communication planning and communication management to achieve certain goals. There are several factors that must be considered in a communication strategy namely knowing the public and compiling messages. Knowing the public is the first step for a communicator to create effective communication. So between communicator and communicant not only occurs but also the influence of mutual influence. While compiling messages is determining the theme and subject. The main requirement for changing the public of this message is the ability to arouse their attention. Thus not all observers can trigger attention. Therefore the beginning of the effectiveness of communication is the emergence of public attention to the message conveyed by the communicator.

Keywords: Strategy, Communication, Political Participation, Women & Indonesia

PENDAHULUAN

Melalui komunikasi, individu mengembangkan diri dan membangun hubungan dengan individu lain ataupun kelompok. Hubungan individu dengan individu lain akan menentukan kualitas hidup individu tersebut yang dimoderatori oleh efektifitas komunikasi yang digunakannya (Hariko, 2017). Tubbs & Moss menyatakan bahwa komunikasi yang efektif ditandai dengan timbulnya lima hal, yaitu: (1) pengertian, penerimaan yang cermat; (2) kesenangan, hubungan yang hangat, akrab dan menyenangkan; (3) memengaruhi sikap, bersifat persuasif; (4) hubungan yang makin baik; dan (5) tindakan, melahirkan tindakan yang dikehendaki (Rakhmat, 2000; Maulana & Gumelar, 2013).

Kegiatan interaksi membutuhkan kemampuan komunikasi ideal, kemampuan tersebut dapat dimiliki oleh penutur. Namun, setiap individu harus dapat menjaga kesesuaian antara kebutuhan interaksi dan kemampuan komunikatif. Apabila hal tersebut tidak menjadi pertimbangan bagi setiap individu maka proses interaksi dapat mengalami hambatan dalam berkomunikasi secara efektif. Realitas menunjukkan bahwa apabila terjadi proses

interaksi antar individu yang berbeda latar belakang budaya dan agama maka standarisasi pola interaksi seharusnya disesuaikan dengan kebutuhan interaksi (Wahyuni, 2017).

Kemampuan komunikatif terkenal pula dengan istilah kompetensi komunikatif (Richards & Rodgers, 2014). Kemampuan komunikatif juga berarti pemahaman dan kemampuan mendeskripsikan perilaku komunikatif dalam situasi berinteraksi (Hu, 2010). Sedangkan Hymes mengemukakan bahwa kompetensi komunikatif merupakan kemampuan untuk menggunakan bahasa berdasarkan empat faktor, yaitu: kelayakan, penggunaan kelayakan, kemungkinan dan pemakaian kata (Brumfit, 1987).

Kebanyakan orang mungkin akan menerima bahwa semua hal dikomunikasikan dalam setiap kegiatan dalam hidup kita. Namun, sifat komunikasi berbeda di setiap peran. Dipengaruhi oleh sejauh mana bahasa digunakan bervariasi dari satu skenario ke skenario lainnya. Beberapa orang berpikir bahwa komunikasi hanyalah kata lain untuk bahasa, atau sebaliknya. Beberapa orang berpikir bahwa komunikasi tidak mungkin dilakukan tanpa



melibatkan bahasa (linguistik), sementara yang lain berpendapat bahwa keterlibatan bahasa tidak selalu diperlukan.

Penulis berpendapat bahwa, meskipun ada sarana komunikasi berbasis non-bahasa, bahasa agak istimewa dan bahwa konteks di mana bahasa digunakan dapat mempengaruhi atau bahkan menentukan cara penggunaannya. Tulisan ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menjelaskan urgensi komunikasi linguistik dalam interaksi sosial dan beberapa kompleksitas komunikasi linguistik.

LANDASAN TEORI

Partisipasi

Partisipasi berarti berkontribusi pada peran kegiatan, kehadiran, dan partisipasi. Dalam politik, keterlibatan dapat diartikan sebagai partisipasi warga negara dalam proses politik. Konsep keterlibatan dalam politik tidak hanya berarti bahwa warga negara mendukung keputusan atau kebijakan yang digariskan oleh pemimpin, tetapi juga merujuk pada partisipasi di semua tahap sistem, dari pengambilan keputusan hingga penilaian Keputusan, termasuk peluang untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan keputusan. Mengenai hal ini, Huntington menyatakan bahwa partisipasi politik adalah kegiatan dalam mempengaruhi perintah langsung, yaitu oleh pelaku sendiri tanpa perantara, atau secara tidak langsung, yaitu melalui Orang yang dapat menyalurkannya ke pemerintah (Huntington & Nelson, 1994).

Selanjutnya, menurut Almond, partisipasi politik dapat dilakukan melalui dua bentuk, yaitu (1) kemitraan konvensional, yang merupakan bentuk bantuan pemerintah reguler dan legal melalui pemungutan suara, diskusi politik, kegiatan kampanye, pembentukan dan / atau bergabung dengan kelompok kepentingan; dan (2) partisipasi politik non-konvensional, yang meliputi petisi, demonstrasi aksi dan pemogokan, konfrontasi, aksi kekerasan politik atas properti dan aksi terhadap manusia (Axford & Huggins, 2001).

Sementara itu, untuk mencapai partisipasi politik, perlu untuk membentuk keterlibatan

politik, termasuk partisipasi orang-orang dalam banyak politik yang terjadi di lembaga pengambilan keputusan non-pemerintah, seperti partai politik, serikat pekerja, (RT) dan pilar masyarakat (RW), bisnis, sekolah, dan organisasi sosial-keagamaan (Hemer & Eriksen, 2005).

Huntington dan Nelson (1994), memberikan batasan bahwa partisipasi politik dapat dilakukan oleh kegiatan warga negara sebagai warga Negara, yang bertujuan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan oleh Pemerintah. Partisipasi politik ini dapat bersifat individu atau kolektif, terorganisir atau spontan, mantap atau sporadis, dengan kedamaian atau kekerasan, legal atau ilegal, efektif atau tidak efektif. Hanya, bagi warga negara untuk berpartisipasi dalam politik, perlu ada keterlibatan dan penyediaan media untuk partisipasi politik. Tingkat keterlibatan itu biasanya semakin tinggi ketika warga negara menyadari bahwa mereka sedang diperintah, hak-hak dan kepentingan mereka tidak mendapatkan perhatian yang memadai dari Pemerintah, dan mereka menuntut untuk memberikan suara dalam pemerintahan. Perasaan harus terlibat dalam politik biasanya mulai muncul pada orang-orang yang berpendidikan, makmur, dan terkemuka. Pada tingkat minimum, mereka merasa bahwa mereka harus berpartisipasi dalam politik agar posisi mereka sebagai warga negara mereka dapat berkembang, dan hak-hak dan kepentingan mereka dapat dihormati oleh lembaga-lembaga politik yang berkuasa.

Komunikasi Persuasif

Suatu kegiatan yang selalu hadir dalam dunia politik adalah persuasif politik. Persuasif adalah sifat persuasi, sedangkan dalam Kamus Ilmiah Persuasi yang populer adalah energi yang meyakinkan, persuasi, karangan bunga yang menguraikan masalah atau keadaan yang dibuktikan dengan data dan fakta yang ditujukan untuk membujuk atau mengundang atau mempengaruhi pembaca, sehingga mereka ingin mengikuti atau melakukan seperti yang diharapkan komunikator, sementara itu karena rasa persuasifnya sendiri meyakinkan, lunak, tanpa kekerasan (Fadillah, 2014).

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems



Nimmo menyebutkan bahwa persuasif adalah komunikasi yang bertujuan atau punya kepentingan. Tujuan utama persuasif adalah untuk menimbulkan perasaan responsif terhadap orang lain. Ada tiga pemahaman tentang proses persuasif. Pertama, persuasi biasanya melibatkan tujuan, upaya komunikator untuk mencapai tujuan melalui pemuliaan. Kedua, persuasif bersifat dialektik. Dan yang ketiga memiliki bentuk respons. Jadi dapat disimpulkan bahwa persuasif politik adalah undangan, persuasi, rayuan, dengan bentuk non-kekerasan yang dilakukan oleh komunikator politik kepada masyarakat sebagai sebuah komunitas dengan tujuan agar masyarakat dapat memberikan dukungan, tanggapan, simpati kepadanya dalam hal kekuasaan di suatu negara (Fadillah, dkk., 2019).

Dalam kehidupan nyata, persuasif politik lebih sering terjadi ketika kita mendekati pemilihan umum, dari tingkat yang paling dasar hingga tingkat tertinggi suatu negara. Berdasarkan Cangara disebutkan dalam penyusunan pesan politik dalam komunikasi persuasif, ada beberapa teknik yang digunakan, antara lain:

1. **Banding Ketakutan**, artinya bagaimana seorang komunikator politik menyusun pesan persuasif yang mengandung unsur memberikan rasa takut kepada masyarakat. Biasanya, persuasif ini dilakukan oleh masyarakat yang sudah memiliki kekuasaan di suatu tempat.
2. **Daya tarik emosional**, elemen utama dari teknik ini adalah emosi. Jadi pesan persuasif tentang politik dikumpulkan sedemikian rupa sehingga dapat menggerakkan atau membangkitkan emosi masyarakat, misalnya dengan mengungkapkan masalah agama, etnis, kesenjangan ekonomi yang terjadi, diskriminasi terhadap minoritas dan lain-lain.
3. **Banding hadiah**, pengaturan penuh janji yang disampaikan oleh komunikator, dengan janji masyarakat akan lebih

mempercayai visi-misi yang disampaikan oleh komunikator.

4. **Daya tarik motivasi**, teknik ini lebih lanjut menekankan keragaman politisi untuk memberikan dorongan psikologis internal kepada masyarakat, bukan pada janji-janji sehingga masyarakat dapat mengikuti pesan yang disampaikan.
5. **Daya tarik lucu**, teknik yang terakhir ini lebih peduli dengan bagaimana pesan persuasif dikompilasi sehingga tidak menyebabkan "kejenuhan" dalam masyarakat. Karena humor, ringan, lezat, menyegarkan akan lebih mudah diterima daripada pesan yang sangat serius.

Pesan yang dikompilasi menggunakan teknik yang disebutkan di atas akan efektif ketika disajikan dengan propagandis di dalamnya. Propaganda dapat dikatakan sebagai bentuk kehancuran yang populer di dunia politik. Propaganda berasal dari kata propagate, yang berarti "mengembangkan" atau "mengeksktrak." Istilah ini berarti serangkaian pesan yang bertujuan memengaruhi pendapat dan perilaku Komunitas atau sekelompok orang (Fadillah, 2015).

Propaganda tidak menyampaikan informasi secara objektif tetapi memberikan informasi yang dirancang untuk memengaruhi pihak yang mendengarkan atau melihatnya. Hafied Cengara menyebutkan bahwa propaganda adalah kegiatan komunikasi yang terkait erat dengan persuasi. Propaganda diartikan sebagai proses penyebaran informasi untuk mempengaruhi sikap dan perilaku salah satu komunitas dengan motif indoktrinasi ideologis.

Sementara itu, propaganda disebut sebagai gerakan atau upaya untuk memperluas pengaruh, upaya untuk memanipulasi persepsi (emosi) yang muncul dari pertanyaan yang disarankan bila mungkin antara masalah dan resolusi-Nya tidak ada hubungannya. Propaganda kadang menyampaikan pesan yang tepat, tetapi sering menyesatkan di mana umumnya isi propaganda hanya menyampaikan fakta-fakta yang dipilih yang dapat menghasilkan pengaruh tertentu, atau lebih tepatnya menghasilkan reaksi



emosional daripada reaksi Rasional. Tujuannya adalah mengubah pikiran kognitif subyek naratif dalam kelompok sasaran untuk kepentingan khusus dan memanipulasi sifat pikiran atau kognisi, serta secara langsung mempengaruhi perilaku untuk memberikan respon terhadap Propaganda pelaku yang diinginkan. Sebagai satu komunikasi dengan banyak orang, propaganda memisahkan komunikator dari komunitasnya (Susanto, 2017; Ulfah & Barry, 2019).

Komunikator dalam propaganda sebenarnya adalah perwakilan organisasi yang berupaya mengendalikan masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan, komunikator dalam propaganda adalah seorang ahli dalam teknik penguasaan atau kontrol sosial. Dengan berbagai teknis, setiap pemilik kepentingan politik harus menggunakan propaganda sebagai mekanisme alat kontrol sosial (Jaya, 2019).

Pesan Politik

Dalam komunikasi, hal terpenting selain komunikator adalah pesan. Pesan ditransformasikan pada titik-encoding dan transfer kata sandi sehingga pesan adalah pemikiran dan ide di tempat pada sistem jaringan saraf dari sumber atau penerima setelah pengkodean terjadi dalam situasi tatap muka atau Melalui perantara media. Pesan mungkin adalah pikiran, tetapi pikiran ini tidak disampaikan secara fisik. Namun, jika bentuk fisik pesan ini dikodekan, itu berubah menjadi pikiran lagi, itulah yang menyebabkannya menjadi pesan. Penegasan perbedaan antara pesan dan isyarat juga diungkapkan oleh Clevenger dan Matthews. Ini membedakan pesan dan isyarat berdasarkan bentuk fisik dan lokasinya di saluran. Gerakan atau sinyal adalah peristiwa fisik, dan pesannya hanya ada di saluran di dalamnya sumber atau penerima. Dalam setiap peristiwa komunikasi, ada tiga pesan potensial, yaitu, pesan yang dikirim, diterima, dan itu terjadi dalam pengamat situasi komunikatif (Murwani, 2018).

Dikutip oleh Jennifer lebih menjelaskan arti pesan pemikiran bisa berupa ide, informasi, pendapat, perasaan, dan lain-lain yang muncul dalam benak komunikator. Perasaan bisa berupa

kepercayaan diri, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, dan lain-lain yang datang di hati dan pikiran komunikator (Brinkerhoof, 2010).

Dalam proses komunikasi politik, pesan politik adalah komponen yang paling penting. Mengacu pada definisi pesan politik secara umum, pesan politik adalah pesan yang dibawa oleh komunikator politik, baik dalam bentuk ide, pemikiran, gagasan, perasaan, sikap, atau perilaku tentang politik yang mempengaruhi komunikasi politik. Pada dasarnya, isi pesan komunikasi politik akan terdiri dari (Chin, 2019):

1. Seperangkat norma yang mengatur transformasi lalu lintas pesan.
2. Bimbingan dan nilai-nilai idealistik yang tetap dalam upaya mempertahankan dan melestarikan nilai sistem yang sedang berlangsung.
3. Sejumlah metode dan pendekatan untuk mewujudkan properti integratif bagi penghuni sistem.
4. Karakteristik yang menunjukkan identitas bangsa. Motivasi adalah dorongan dasar yang memicu upaya untuk meningkatkan kualitas hidup bangsa.

Pesan komunikasi politik dapat berupa kebiasaan, aturan, struktur, dan faktor lingkungan yang mempengaruhi kehidupan politik. Faktanya, pesan komunikasi politik adalah semua budaya politik yang berkembang di suatu negara (Axford & Huggins, 2001; Negrine, 2008). Dan untuk memperlancar proses penyampaian pesan, haruslah beberapa bentuk pesan intensif, ada tiga jenis pesan intensif dalam pesan politik, yaitu: intensif-daya, mempengaruhi pembicaraan, dan pembicaraan otoritas (Morris, 2000).

Adapun penjelasan lebih lanjut, intensif dalam isi pesan politik dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Kekuatan intensif mempengaruhi orang lain dengan ancaman atau janji. Kunci dari kekuatan-intensif adalah bahwa seseorang memiliki kemampuan yang cukup untuk mendukung janji dan ancaman, dan yang lain berpikir bahwa pemilik kekuatan itu akan melakukannya.



- Jadi, janji, ancaman, penyuapan, dan pemerasan adalah alat pertukaran komunikasi kekuasaan berdasarkan kemampuan untuk memanipulasi sanksi positif atau negative.
2. Pembicaraan pengaruh tanpa sanksi seperti di atas. Pengaruh (karena prestise atau reputasinya) dengan berhasil memanipulasi persepsi atau harapan orang lain terhadap kemungkinan untung atau rugi. Dalam komunikasi, pengaruh pertukaran komunikasi adalah nasihat, dorongan, permintaan, dan peringatan.
 3. Pembicaraan otoritas memberi perintah. Apa yang dianggap sebagai penguasa yang sah adalah suara otoritas dan memiliki hak untuk dipengaruhi. Sumber konfirmasi sama dengan sumber otoritas, yaitu: kepercayaan agama, sifat supranatural, daya tarik pribadi, adat, kebiasaan, dan posisi resmi (Esser & Pfetsch, 2004).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (Sugiyono, 2017). Penulis melakukan penelitian dari berbagai sumber mulai dari catatan partai politik hingga berita media massa terkait upaya para aktor politik dan partai politik untuk meningkatkan partisipasi politik perempuan di Indonesia. Semua data yang diperoleh kemudian disusun dan dipelajari dengan cermat untuk menemukan masalah yang dibahas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perempuan dan politik merupakan wacana yang dibicarakan, bahkan menjadi perdebatan publik. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa ketika politik ditempatkan di area publik, definisi, konsep, dan semua nilai yang dikandungnya selalu menempatkan perempuan di luar area. Politik telah didefinisikan sebagai sesuatu yang negatif, afiliasi kata politik selalu terhubung dengan mereka yang berkuasa, laki-laki. Bahkan ketika politik diterjemahkan ke dalam definisi baru,

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

sebagai kegiatan pembuatan kebijakan yang transparan dengan kemampuan negosiasi dan partisipasi dengan cakupan dasar yang luas, distribusi sumber daya yang adil dan ekonomi adalah produktif, ada dikotomi antara perempuan dan politik.

Hampir satu dekade wacana tentang perwakilan dan partisipasi perempuan dalam politik terus meningkat hingga hampir mendominasi agenda politik, berkat jurang seluk-beluk organisasi emosi dan aktivis yang peduli tentang masalah suara perempuan. Salah satu isu sentral yang kemudian muncul adalah implementasi kuota dari sedikitnya 30% keterlibatan perempuan dalam pemilu. Wacana terus berkembang dan melahirkan perdebatan kontroversial tentang isu-isu gender dan demokrasi. Singkatnya, kebutuhan untuk meningkatkan representasi politik perempuan di Indonesia didasarkan pada kesadaran bahwa semua prioritas dan agenda politik harus diubah, dan perombakan tidak akan mungkin jika terus menggunakan sistem tradisional. Jika perempuan ingin melihat ke depan dan memegang berbagai posisi strategis publik, maka mereka akan dapat membangun dan membangun nilai-nilai sosial dan ekonomi baru yang dapat mengakomodasi kebutuhan aspirasi perempuan.

Meningkatkan keterwakilan perempuan berarti juga meningkatkan efektivitas perempuan dalam mempengaruhi kebijakan publik dan politik yang diambil. Kurangnya keterwakilan perempuan di Parlemen disebabkan oleh serangkaian hambatan yang membatasi kemauan dan kemajuan mereka. Oleh karena itu, berbagai strategi harus secara bersamaan berpartisipasi untuk mengatasi hambatan-hambatan ini sehingga tujuan peningkatan partisipasi legislatif dalam pemilihan legislatif dapat diwujudkan, dan hambatan itu peka terhadap gender.

Seperti yang kita diskusikan di atas bahwa pengambilan keputusan dalam komunitas Patriarkat baik di legislatif maupun masalah publik lainnya selalu diambil oleh laki-laki. Dominasi pengambilan keputusan ini menghasilkan ketidaksetaraan gender pada aspek-aspek seperti pendidikan, pelatihan, status



..... kesehatan, akses ke sumber daya, dan sebagainya. Sensitivitas gender konseptual adalah kemampuan untuk memahami ketidaksetaraan gender, terutama dalam pembagian pekerjaan dan pengambilan keputusan yang mengakibatkan berkurangnya kesempatan dan rendahnya status sosial perempuan dibandingkan dengan laki-laki.

Bidang politik dibagi menjadi tiga faktor; Faktor pertama adalah dukungan partai politik yang dimilikinya. Secara formal formal, tidak ada partai politik di Indonesia yang memasukkan ketentuan hak khusus dan hak istimewa perempuan dalam dasar-dasar organisasi mereka. Dalam hal pengenalan semua partai politik selalu menyertakan hal yang sangat umum, seperti kewarganegaraan, usia, tunduk pada aturan partai. Dalam bab-bab pengambilan keputusan, tidak ada aturan yang mengatur tentang hak dan keterlibatan perempuan.

Meski sudah ada partai politik yang memasukkan kepentingan perempuan dalam aturan formal, tetap saja sifatnya tidak komprehensif di partai lain. Dalam budaya masyarakat, masih ada banyak praktik yang tidak mendukung pemberdayaan politik seluruh perempuan; perempuan ditempatkan pada posisi yang tidak strategis seperti bendahara atau bidang yang berspesialisasi pada perempuan. Dalam suatu kegiatan, perempuan seringkali tidak diberi kesempatan untuk mengembangkan posisi lobi dan politik, misalnya perempuan selalu mendapat tugas menyiapkan konsumsi dan menyiapkan peralatan kamar, serta kegiatan lain yang sama sekali tidak mengasah keterampilan politik.

Kemudian faktor kedua adalah sinergi antara organisasi perempuan. Tidak adanya jaringan di antara kelompok-kelompok perempuan mengganggu keberhasilan pemberdayaan perempuan dalam partisipasi politik. Depolitisasi awal organisasi perempuan di Indonesia terjadi ketika orde baru membentuk perempuan dalam wadah seperti perempuan Dhawma yang tidak memiliki otonomi yang kuat, sehingga tidak memiliki kekuatan tawar politik yang kuat untuk memberikan penawaran Solusi

terhadap masalah yang ada, termasuk dalam kasus tersebut, wanita.

Hingga saat ini, masih belum banyak organisasi-organisasi perempuan yang benar-benar mandiri dan mampu memberikan advokasi politik untuk berbagai masalah perempuan di Indonesia. Oleh karena itu, perempuan Indonesia belum memiliki sumber daya politik proporsional untuk mengatasi masalah mereka. Kemudian faktor ketiga adalah faktor pemilihan umum. Sistem pemilihan otomatisasi menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam bidang politik ini, berdasarkan data yang dikutip oleh Pippa Norris dalam catatannya tentang "Representasi perempuan dan sistem pemilihan", dalam Encyclopedia of Election menunjukkan tingkat representasi rata-rata perempuan sangat rendah dalam sistem pluralis/mayoritas, dan lebih tinggi dalam sistem proporsional.

Kurangnya partisipasi politik perempuan juga ditentukan oleh keluhan internal wanita, yang rendah diri. Pencitraan perempuan sebagai lemah, tidak mandiri, dan tidak bertanggung jawab untuk diserap dalam alam bawah sadar kemudian dirasakan oleh perempuan sebagai nasib Tuhan. Harga diri rendah karena pembangunan masyarakat juga merupakan jugum untuk menghambat perempuan dalam proses potensiasi aktualisasi diri. Akibatnya pola pikir wanita menjadi sangat akrab dengan partisipasi, hingga sengaja atau belum dimanfaatkan oleh aktivitas pria.

Hambatan berikutnya untuk maju sebagai anggota legislatif dalam pemilihan adalah bahwa perempuan menghadapi masalah besar ketika berbicara tentang kepercayaan publik. Kekhawatiran dan ketidakadilan gender yang diwujudkan dalam bentuk marginalisasi dan stereotip perempuan terpinggirkan dalam urusan publik dan politik. Ia menjadi makhluk hidup yang lemah di bawah pemerintahan manusia. Jika Anda memiliki pembicaraan politik, maka bayangan yang muncul adalah dunia publik yang isinya laki-laki. Tempat wanita adalah wilayah domestik. Kualitas wanita sering terlihat di mata jika dibandingkan dengan pria. Pada titik inilah



terjadi diskriminasi terhadap perempuan di dunia demokrasi.

Dalam negara demokrasi modern yang menerapkan prinsip representasi proporsional, kehadiran partai politik tidak dapat dihilangkan dari kehadiran berbagai kepentingan yang perlu diwakili di masyarakat. Hanya saja, fungsi representasi ini sulit diterapkan ketika komunitas itu sendiri tidak mampu terlibat dalam proses politik di ruang publik. Oleh karena itu, perlu adanya mediator antara masyarakat dan pemerintah di ruang publik sehingga kepentingan masyarakat tidak selalu dirugikan oleh kepentingan dominan yang telah dikuasai suprastruktur politik pemerintah. Dalam hal ini, mediator diharapkan berfungsi sebagai media pendidikan bagi masyarakat sehingga masyarakat umum dan para pemangku kepentingan di dalamnya lebih diberdayakan untuk terlibat dalam proses politik di ruang publik. Salah satu manifestasi dari mediator adalah partai politik sebagai manifestasi dari pelaksanaan fungsi sosialisasi politik sebagaimana tersebut di atas.

Dalam praktiknya, partai politik menggunakan berbagai media dalam melakukan pendidikan politik. Partai dapat mengadakan rekrutmen internal untuk melakukan kader, mengadakan pertemuan, atau membuka yang dibatasi, melakukan berbagai kegiatan sosial, mempublikasikan informasi melalui media. Dan seterusnya. Hanya, di antara media, media yang sering digunakan oleh partai politik untuk mencapai konstituen yang lebih besar adalah media massa, baik cetak maupun elektronik. Media cetak dapat berupa surat kabar dan majalah atau tabloid dan buletin lainnya, sedangkan media elektronik bisa berupa radio, televisi, dan pada masa sekarang adalah Internet.

Berkaitan dengan kekuatan media dan hubungannya dengan sistem politik, media memiliki kekuatannya sendiri untuk mempengaruhi sistem politik sehingga hubungan di antara mereka biasanya ditandai oleh dua hal, yaitu:

1. Bentuk dan kebijakan suatu negara menentukan pola operasi media massa di negara itu, mulai dari kepemilikan,

konten tampilan, hingga pengawasannya. Jadi dominasi sistem politik mempengaruhi sistem media, sehingga kondisi ini mendorong orang untuk menyimpulkan bahwa sistem media massa yang berlaku di suatu negara mencerminkan sistem atau rezim politik negara tersebut.

2. Media Massa sering menjadi media komunikasi politik, terutama oleh para penguasa. Tradisi jurnalistik dimulai dengan kepentingan para Raja untuk menyebarluaskan informasi tentang wewenangnya. Di hari-hari berikutnya, setiap kekuatan selalu berhubungan dengan media massa untuk berbagai kepentingan politik. Dalam dunia politik modern, media bahkan telah menjadi kebutuhan untuk mencapai berbagai kepentingan. Setiap kekuatan politik dapat menggunakan media massa untuk meluncurkan urusan politik. Hanya saja, tidak selalu media massa ditentukan oleh sistem politik atau rezim suatu negara, melainkan tergantung pada distribusi kekuasaan yang terjadi di negara tersebut. Di negara di mana setiap kelompok sosial memiliki peluang yang sama untuk media massa, media massa dapat menjadi saluran komunikasi politik untuk mempengaruhi sistem atau rezim politik negara tersebut. Lebih jauh, melalui fungsi kontrol sosialnya, bersama dengan institusi sosial lainnya, media massa dapat menginspirasi partisipasi publik yang persuasif untuk berkontribusi dalam mengubah struktur politik (Livingstone & Lunt, 2002).

Dengan demikian, sebagai lembaga sosial yang memiliki fungsi kontrol sosial persuasif, media dapat membangkitkan partisipasi publik untuk berpartisipasi dalam mengubah struktur politik. Menurut Hanson (2014), media massa adalah salah satu bentuk fenomena sosial, dan kehadirannya dapat dipahami melalui tiga pendekatan:



1. Pendekatan etis terhadap keberadaan lembaga media massa dan aktor profesional. Relevansi dari teori yang lebih tepat digunakan adalah teori normatif, yang menghubungkan bagaimana institusi media harus berperan.
2. Pendekatan ilmu sosial terhadap keberadaan lembaga media massa. Relevansi teori yang digunakan untuk menjelaskan fenomena ini adalah teori ilmu sosial.
3. Pendekatan praktis untuk pekerjaan teknis para profesional di lembaga media massa

Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa fungsi media sebagai representasi dari realitas audiens memiliki rujukan yang signifikan. Media telah berfungsi sebagai bentuk makna karena penafsiran media massa atas berbagai peristiwa secara radikal dapat mengubah penafsiran orang terhadap realitas dan pola tindakan mereka. Dalam konteks ini, Hamad menjelaskan bahwa walaupun tidak secara spesifik menyebutkan fungsi bahasa dalam menentukan penggambaran realitas, Lippmann tidak dapat membantah bahwa penggambaran harus dilakukan melalui bahasa, baik verbal maupun non-verbal. Pada intinya, media adalah kendaraan di mana bahasa adalah yang paling mungkin untuk membangun realitas (Asri, dkk., 2019).

Lebih lanjut, dapat dikatakan bahwa media massa tidak hanya bertindak sebagai penerjemah yang merumuskan, merancang, dan memformat pernyataan tentang suatu fakta, tetapi media itu sendiri juga melakukan pencitraan fakta acara, seseorang, kelompok tertentu, atau lembaga. yang benar-benar telah membawa pandangan dunia baru kepada hadirin dalam realitas peristiwa atau peristiwa aktual. Kekuatan media dalam pencitraan ini adalah hal yang kuat untuk merancang realitas baru yang terkadang cenderung berlebihan (Koopmans, 2004).

Sekte Frankfurt dengan teori kritisnya, menyatakan bahwa menetapkan definisi suatu situasi adalah proses yang dinamis melalui analisis yang beragam dan mendefinisikan

kekuatan dan kerja media melalui dukungan untuk definisi-definisi ini. Realitas tidak dipahami sebagai serangkaian fakta, melainkan hasil dari pandangan tertentu tentang pembentukan realitas. Konstruksi realitas melalui media menempatkan representasi ke dalam masalah utama dalam penelitian kritis. Dalam tradisi kritis, realitas dihasilkan oleh representasi kekuatan sosial dominan yang ada dalam komunitas. Paradigma kritis ini tidak hanya mengubah pandangan tentang realitas yang dirasakan alam, tetapi juga berpendapat bahwa media adalah kunci dari perebutan kekuasaan, di mana nilai-nilai kelompok dominan didiagnosis, dibuat berpengaruh, dan menentukan apa yang diinginkan khalayak (McQuai, 1987).

Dalam proses pembentukan realitas, setidaknya ada dua hal yang memainkan peran utama: bahasa dan penandaan politik. Pertama, ketika lingkaran struktural dipahami, bahasa adalah sistem penandaan. Realitas itu bisa ditandai perbedaan dalam peristiwa yang sama. Menurut Hall, ini tidak dapat dihapus dari bagaimana wacana dominan membentuk, membuat definisi, dan membentuk batas-batas pemahaman itu. Makna muncul dari proses pertempuran sosial, di mana masing-masing pihak atau kelompok saling mengajukan klaim kebenaran sendiri.

Di sini, wacana dipahami sebagai arena pertempuran sosial, dan semuanya diartikulasikan melalui bahasa. Bahasa dan wacana di sini dianggap sebagai arena pertempuran sosial, dan bentuk realitas yang didefinisikan diartikulasikan melalui bahasa. Kedua penandaan politik bersifat politis, di mana praktik sosial dapat membentuk, mengendalikan, dan menentukan. Titik perhatian Hall adalah peran media dalam menandai peristiwa atau kenyataan dalam pandangan tertentu, kemudian menunjukkan bagaimana kekuatan ideologi bermain. Ideologi di bidang di mana pertarungan dari kelompok itu terjadi di masyarakat. Namun, posisi ini juga menunjukkan bahwa ideologi melekat dalam produksi sosial; produk siap dan. Sistem budaya.



Ada beberapa strategi yang dapat digunakan dan dimaksimalkan untuk meningkatkan partisipasi politik perempuan di Indonesia, termasuk memaksimalkan media massa; Peran media tidak diragukan lagi dalam kehidupan sosial, tidak ada yang meragukan peran signifikannya di alam modern saat ini. Singkatnya, tengah-tengah komunitas media tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga konten dan informasi yang dimilikinya harus memiliki peran penting dalam proses sosial. Konten media adalah konsumsi otak audiens. Jadi apa yang disampaikan oleh media akan menyebabkan perubahan sosial di masyarakat.

Media mampu menanamkan gambar di kepala kita. Ide yang disampaikan oleh media adalah apa yang pada akhirnya akan mendasari respon dan sikap audiens terhadap sesuatu. Informasi yang salah akan menghasilkan representasi yang keliru, dan mungkin ada sesuatu yang salah dianggap kebenaran. Media secara strategis digunakan untuk berfungsi sebagai sarana untuk menangkap partisipasi calon legislatif dalam pemilu untuk bersedia menjadikan partai tertentu menjadi kendaraan politiknya, ini bukan yang lain karena media memiliki kekuatan penuh untuk memutuskan informasi mana yang harus diambil, diketahui atau tidak diketahui oleh publik, dan secara otomatis kondisi ini menempatkan media sebagai pembentuk citra baru atau individu atau lembaga (partai politik) tempatnya berteduh. Dalam penyampaian pesan di media massa, bahasa adalah elemen utama. Bahasa adalah instrumen mendasar dalam memberikan stimulus, bahasa adalah alat konseptualisasi dan narasi, sehingga pentingnya bahasa, tidak akan ada narasi dan alur cerita tanpa itu.

Kedua; Peran media baru. New Media adalah istilah untuk media yang muncul kemudian seiring dengan perkembangan waktu dan modernisasi. New Media adalah media yang memanfaatkan bit digital dalam pemanfaatannya, yang saat ini, media baru diimplementasikan sebagai Internet. Di era teknologi informasi seperti sekarang, ada banyak media yang dapat digunakan sebagai sarana pendidikan politik

sehingga masyarakat Lebih mampu terlibat dalam proses politik. Salah satu yang menonjol adalah jaringan internet, di mana partai-partai politik dapat memberikan informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan pemerintah pada umumnya dan dalam masyarakat pada khususnya, dan masyarakat dapat merespons respons positif terhadap informasi yang diberikan.

Dalam politik, kehadiran media internet dapat mengikis totalitarianisme. Itu karena Internet memiliki karakteristik berikut:

1. Kemampuan internet menembus batas. Bit digital tidak hanya melampaui batas fisik, tetapi penggunaan paket saluran dan enkripsi yang kuat membuat pengawasan pemerintah dan upaya intervensi mahal, memakan waktu, dan sulit.
2. Kemampuan Internet untuk melewati batas fisik mengurangi kekuatan pemerintah untuk mengendalikan warganya. Kemampuan ini juga merupakan fasilitator utama karakteristik Internet, yaitu: meningkatkan kemampuan warga secara dramatis untuk menemukan, menerima, dan menanamkan informasi dan ide melalui media, terlepas dari batasan.
3. Internet meningkatkan kemampuan orang untuk bergabung secara bebas dengan 'orang lain yang memiliki pandangan dan minat yang sama, tanpa dibatasi oleh tempat mereka berada dan secara bebas menyebarkan informasi, ide, dan bersama-sama memperjuangkan agenda Politik atau agenda lainnya.
4. Internet membatasi kemampuan pemerintah untuk mengatur kegiatan warganya, sebagian karena sifatnya yang menembus hambatan fisik dan sebagian karena Internet mampu memberdayakan individu.
5. Internet membuat organisasi dan kekuasaan pemerintah menjadi berlipat ganda dalam beberapa hal, termasuk batas di dalam dan di antara pemerintah dan



batas antara pemerintah dan sektor swasta.

6. Kecepatan pengembangan dan penyebaran Internet sulit untuk diatasi oleh pemerintah mana pun, terutama oleh Pemerintah yang memegang kendali total terpusat.
7. Internet memiliki kekuatan untuk mengubah cara pemerintah menjalankan kegiatan, memaksa mereka memperbarui diri dan menjadi lebih demokratis dalam prosesnya. Itu bisa terjadi dalam dua cara, yaitu keterbukaan dan akses. Informasi yang disajikan oleh Pemerintah online transparan dan dapat diakses oleh warga negaranya dan tidak menjalani sensor terhadap pejabat pemerintah, yang mungkin tidak ingin mengekspos informasi tersebut. Jadi, pemerintah yang menyembunyikan sesuatu dari warganya memiliki hak untuk khawatir tentang kekuatan Internet.
8. Internet memberdayakan individu dan institusi kecil dalam berbagai cara. Warga diberdayakan ketika berhadapan dengan pemerintahannya. Karyawan diberdayakan untuk menghadapi majikan karena mudah berkomunikasi langsung dengan orang lain di luar struktur organisasi; Internet menyediakan berbagai kemungkinan pendidikan sebagai salah satu dasar pembentukan demokrasi (Lotan, 2019).

Dengan fasilitas ini, Internet pada dasarnya dapat berfungsi sebagai media pendidikan untuk meningkatkan partisipasi politik perempuan dalam pemilihan legislatif. Proses aspirasi dan kepentingan partai politik di masyarakat dapat dilakukan dengan memberikan banyak informasi kepada pemilih; Partai politik, kandidat, kebijakan, catatan pemerintahan saat ini, sistem politik, dan sebagainya. Media baru (Internet) pada dasarnya dapat dipastikan dalam kategori media massa apa bila ditinjau dari fitur, fungsi, dan elemennya. Ada tiga layanan di media baru, yang sangat efektif bagi komunikator untuk

memberikan stimulus persuasif untuk komposisinya.

Ketiga; Peran komunikasi non-media. Organisasi adalah bagian dari komunitas; Organisasi mengacu pada unit kegiatan rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian kerja dan fungsi melalui hierarki wewenang dan tanggung jawab. Setiap organisasi berada dalam keadaan fisik, teknologi, budaya, dan lingkungan sosial tertentu di mana organisasi harus disesuaikan. Parson telah memberi perhatian pada pentingnya hubungan antara tujuan organisasi dan komunitas yang lebih luas; suatu organisasi dapat mengharapkan dukungan sosial agar kegiatannya mencerminkan nilai-nilai komunitas dalam fungsinya.

Demikian juga, di lembaga politik di mana fisik, apa pun, dapat dibedakan dari organisasi lain. Salah satunya adalah bentuk budaya organisasi di mana tujuan dan visi misi yang didukung organisasi adalah tujuan tertentu. Apa lagi jika organisasi tersebut dibentuk berdasarkan tujuan politik tertentu, semua kegiatan di Organisasi harus didukung oleh kegiatan sosial di Organisasi.

Pace dan Faules mengatakan bahwa ada dua pendekatan untuk memahami organisasi, pendekatan objektif, dan pendekatan subyektif. Arti "obyektif" dalam konteks ini mengacu pada pandangan objek, perilaku, dan peristiwa yang ada di dunia nyata dan terlepas dari pengamatannya, sedangkan "subyektif" menunjukkan bahwa realitas itu sendiri adalah sebuah penyimpangan sosial, realitas sebagai proses kreatif yang memungkinkan orang untuk menciptakan apa yang "di luar sana" (Pace & Faules, 2001).

Menurut pendekatan objektif, organisasi adalah sesuatu yang memiliki nilai fisik dan konkret dan merupakan struktur dengan batas-batas yang pasti, sesuatu yang stabil. Istilah "organisasi" menunjukkan sesuatu yang nyata, merangkum orang, hubungan, dan tujuan. Pendekatan subyektif dari organisasi yang memandang organisasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang yang terdiri dari tindakan,



interaksi, dan transaksi yang melibatkan orang. Organisasi diciptakan dan diolah melalui kontak yang terus berubah dan dilakukan oleh orang-orang antara satu sama lain dan tidak ada secara independen dari mereka yang perilakunya membentuk organisasi.

Jadi berdasarkan pendekatan objektif, organisasi berarti struktur, sedangkan menurut pandangan subyektif organisasi berarti suatu proses (pengorganisasian perilaku). Dalam implikasi dari pandangan obyektif, mempelajari organisasi adalah keseluruhan studi, bagaimana organisasi dapat beradaptasi dengan cara-cara baik lingkungan untuk mengembangkan diri dan hidup, sementara pendekatan pengetahuan subyektif dari organisasi diperoleh dengan melihat perilaku dan apa arti perilaku untuk mereka yang melakukannya, strukturnya diakui tetapi menekankannya pada perilaku manusia dalam arti tidak signifikannya tindakan manusia. Kedua pendekatan baik subyektif dan obyektif tidak hanya mempengaruhi perspektif komunikasi organisasi tetapi juga dalam memahami aspek-aspek lain yang berkaitan dengan perilaku organisasi.

Dalam penelitian ini, penulis mengatakan bahwa organisasi dogmatis yang berlaku (yang dimiliki oleh lembaga politik tertentu sebagai anak partai) menggunakan pendekatan objektif dalam pengorganisasian. Dalam organisasi dogmatis, pengaturan Struktur sangat dihargai karena ada Hiarakis yang jelas dalam organisasi. Implikasinya adalah perspektif organisasi pada proses penyampaian pesan dan konstruksi perilaku dalam organisasi itu sendiri sebagai satu arah dan harus menginternalisasi anggotanya (Cottle, 2003).

PENUTUP

Kesimpulan

Ada beberapa hal yang harus diingat untuk peningkatan partisipasi politik perempuan di Indonesia: Pertama, seandainya para aktor politik di Indonesia yang saat ini berada dalam lingkungan para pembuat kebijakan memperjuangkan regulasi ke media massa seperti televisi dan surat kabar bebas dari kepentingan

partai politik manapun, sehingga konten yang disampaikan kepada masyarakat lebih seimbang. Jika media massa dapat dibebaskan dari kepentingan politik tertentu, maka tidak setiap partai dan publik dapat merasakan manfaatnya dengan baik. Kedua, menggunakan Internet, itu bisa membuat persuasi politik sejak dini kepada orang-orang muda, terutama siswa dan siswa. Di usia itu, kaum muda masih memiliki idealisme yang kuat untuk melakukan perbaikan untuk masa depan bangsa yang lebih baik. Oleh karena itu tidak sampai setiap pesan persuasif yang diluncurkan oleh partai politik melalui fasilitas Internet hanya pragmatis untuk memenuhi kuota setidaknya 30% perwakilan perempuan dalam pemilihan legislatif saja, tetapi harus Memiliki elemen edukatif terkait dengan masalah nasional. Ketiga, partai politik harus menyediakan organisasi anak partai sebagai media yang memiliki kekhasan tersendiri dalam melakukan persuasi politik kader dan simpatisan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asri, H., Mousannif, H., & Al Moatassime, H. (2019). Reality mining and predictive analytics for building smart applications. *Journal of Big Data*, 6(1), 66.
- [2] Axford, B., & Huggins, R. (Eds.). (2001). *New media and politics*. London: Sage Publications.
- [3] Brinkerhoff, J. A. (2010). Migration, Information Technology, and International Policy. *Diasporas in the new media age: Identity, politics, and community*, 39-48.
- [4] Chin, C. (2019). Social Media and Political Campaign. *Georgetown Public Policy Review*.
- [5] Cottle, S. (Ed.). (2003). *Media organization and production*. London: Sage Publications.
- [6] Esser, F., & Pfetsch, B. (Eds.). (2004). *Comparing political communication: Theories, cases, and challenges*. Cambridge University Press.
- [7] Fadillah, D. (2014). *Strategi Komunikasi Peningkatan Partisipasi Politik Kader Perempuan Partai Amanat Nasional*



- Kabupaten Sleman dalam Pemilu Legislatif 2014 (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- [8] Fadillah, D. (2014). Strategi Komunikasi Pembentukan Budaya Organisasi Baitul Arqam sebagai Sarana Pembentukan Budaya Organisasi Ala KH Ahmad Dahlan di Amal Usaha Muhammadiyah Yogyakarta (Studi Kasus Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta). *HUMANIKA*, 14(1).
- [9] Fadillah, D. (2015). Model Komunikasi "Wom" sebagai Strategi Pemasaran Efektif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 15(1).
- [10] Fadillah, D. (2017). Pola Komunikasi Internal Brajamusti Menjelang Pilkada Kotamadya Yogyakarta 2017. *Informasi*, 47(1), 121-134.
- [11] Fadillah, D., Farihanto, M. N., & Dahlan, U. A. (2017). Komunikasi Politik antar Koalisi Parlemen di DPR RI. *Komunikasi Politik*, 111-119.
- [12] Fadillah, D., Lin, L. Z., & Hao, D. (2019). Social Media and General Elections in Malaysia 2018 and Indonesia 2019. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1), 1-8.
- [13] Hanson, R. E. (2014). *Mass Communication: Living in a Media World (Media and Public Opinion)*. London: Sage Publication.
- [14] Hemer, O., & Eriksen, T. H. (2005). Media and glocal change: Rethinking communication for development.
- [15] Huntington, S. P., & Nelson, J. (1994). *Partisipasi Politik di Negara Berkembang*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [16] Jandevi, U. (2019). New media for increasing political participation in Indonesia. *International Journal of Communication and Society*, 1(1), 1-8.
- [17] Jaya, K. (2019). Venezuela's communication dynamics in rejection of humanitarian assistance from United States of America. *International Journal of Communication and Society*, 1(1), 26-33.
- [18] Koopmans, R. (2004). Movements and media: Selection processes and evolutionary dynamics in the public sphere. *Theory and society*, 33(3-4), 367-391.
- [19] Livingstone, S., & Lunt, P. (2002). *Talk on television: Audience participation and public debate*. Routledge.
- [20] Lotan, F. F. (2019). Making a positive internet through Socmed Agawe Guyub. *International Journal of Communication and Society*, 1(1), 9-16.
- [21] McQuail, D. (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction*. Sage Publications, Inc.
- [22] Morris, D. (2000). Direct democracy and the Internet. *Loy. LAL Rev.*, 34, 1033.
- [23] Murwani, E. (2018). The Impression Management Strategy of the Candidates of Governor-Vice Governor of DKI Jakarta on Social Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(2), 113-121.
- [24] Negrine, R. (2008). *The transformation of political communication: Continuities and changes in media and politics*. Macmillan International Higher Education.
- [25] Pace, R. W., & Faules, D. F. (2001). Komunikasi Organisasi. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- [26] Rucht, D. (1980). *Von Wyhl nach Gorleben: Bürger gegen Atomprogramm und nukleare Entsorgung*. München: CH Beck.
- [27] Sintawati, W. (2019). Computer mediated communication for construction-supported constructivism in communication and cultural learning. *International Journal of Communication and Society*, 1(1), 34-42.
- [28] Sugiyono. (2017). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [29] Susanto, E. H. (2017). Media sosial sebagai pendukung jaringan komunikasi politik. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 379-398.



-
- [30] Ulfah, M., & Barry, A. (2019). Indonesia Leader Forum, post-truth and political interests in social media and television. *International Journal of Communication and Society*, 1(1), 17-25.
- [31] Ulfah, M., Fajri, C., & Fadillah, D. (2017). Pemahaman Literasi media Di Lingkungan Pengurus Pimpinan Wilayah Aisyiyah daerah Istimewa Yogyakarta Periode 2015-2020. *Informasi*, 47(2), 255-270.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN