

PEMANFAATAN MEDIA MASSA SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMILIHAN CALON LEGISLATIF DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH (DPRD) KOTA PALANGKA RAYA

Betty Karya, Sundhari

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas PGRI Palangka Raya
(email: betty_karya23@yahoo.com)

Abstrak

Tujuan penelitian ini pada dasarnya adalah mengetahui bagaimana peran media massa dalam memperkenalkan dan menyebarluaskan calon anggota legislatif kepada masyarakat. Mengetahui pemanfaatan media massa sebagai sarana komunikasi politik dalam pemilihan calon legislatif dewan perwakilan rakyat daerah (DPRD) Kota Palangka Raya Tahun.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Sumber data diperoleh dari informan, peristiwa atau aktivitas serta dokumen dan arsip. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi dan pengumpulan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa media massa sudah mampu membantu memperkenalkan dan menyebarluaskan calon anggota legislatif kepada masyarakat. Kemudian pemanfaatan media massa sebagai sarana komunikasi politik pada pemilihan legislatif di Kota Palangka Raya tahun 2014 sudah baik. Di Kota Palangka Raya, selama berbulan-bulan sebelum pemilu dilakukan banyak Koran yang menyediakan berita tentang pemilu. Pembentukan opini publik di masyarakat yang dilakukan oleh media merupakan salah satu efek yang ditimbulkan ketika media massa melakukan sebuah pemberitaan dan konstruksi sosial.

Kata Kunci : *Pemanfaatan media massa, Komunikasi politik*

Pendahuluan

Dikebanyakan negara demokrasi pemilihan umum dianggap lambang sekaligus tolak ukur dari demokrasi itu. Hasil pemilihan umum diselenggarakan dalam suasana keterbukaan dan kebebasan berpendapat, berserikat, dianggap mencerminkan dengan akurat

partisipasi serta aspirasi masyarakat. Pemilihan Umum adalah suatu proses di mana para pemilih memilih orang-orang untuk mengisi jabatan-jabatan politik tertentu. (Budiarjo: 2008: 461).

Pemilihan umum merupakan salah satu hak asasi warga negara yang sangat prinsipil, karena dalam pelaksanaan hak

asasi adalah suatu keharusan pemerintah untuk melaksanakan pemilu sesuai asas bahwa rakyatlah berdaulat maka semua itu dikembalikan kepada rakyat untuk menentukannya. Dan merupakan suatu syarat mutlak bagi negara demokrasi untuk melaksanakan kedaulatan rakyat. Kenyataannya, hanya pemerintahan representatiflah yang dianggap memiliki legitimasi dari rakyat untuk memimpin dan mengatur pemerintahan (menjadi pengelola kekuasaan).

Menjelang pemilihan umum adalah masa saatnya kampanye dimana setiap partai politik atau calon melakukan pendekatan pada massa untuk menarik dukungan. Kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Perlu diperhatikan bahwa pesan kampanye harus terbuka untuk didiskusikan dan dikritisi.

Thomas Meyer dalam karyanya yang berjudul *Democracy: An Introduction Democratic Parties* (2002) mengatakan, demokrasi tidak hanya prosedur dalam mengambil keputusan. Demokrasi adalah suatu sistem nilai terdiri atas 11 prinsip.

Rangkaian penyelenggaraan pemilu akan dapat dikategorikan berdasarkan keadilan jika integritasnya tinggi, melibatkan banyak warga, berdasarkan hukum kepastian tinggi, imperesial dan adil, profesional dan independen, transparan, tepat waktu sesuai dengan rencana, tanpa kekerasan atau bebas dari ancaman dan kekerasan, teratur, dan peserta pemilu menerima wajar kalah atau menang.

Tiga Indikator pemilu berintegritas. Pertama, pemilu berdasarkan prinsip

demokrasi dengan hak pilih yang berlaku umum dan kesetaraan politik seperti digambarkan dalam Deklarasi Umum HAM dan Perjanjian Internasional tentang Hak-hak Sipil dan Politik. Kedua, persiapan dan pelaksanaannya profesional, imparisial, dan transparan. Ketiga, kepatutan dan praktik etika menuntun seluruh siklus pemilu.

Hal ini dimungkinkan karena gagasan dan tujuan kampanye pada dasarnya mengandung kebaikan untuk publik bahkan sebagian kampanye ditujukan sepenuhnya untuk kepentingan dan kesejahteraan umum. Oleh karena itu isi pesan tidak boleh menyesatkan, maka disini tidak perlu ada pemaksaan dalam mempengaruhi apapun ragam dan tujuannya, upaya perubahan yang dilakukan kampanye selalu terkait dengan aspek pengetahuan, sikap, dan prilaku.

Dalam momentum demokrasi peran media massa sangat penting, berfungsi menjaga keseimbangan sebuah entitas negara dan masyarakat. Kebebasan pers termasuk media massa merupakan keunggulan dalam rezim demokrasi. Sehingga menjadi pilar penting dalam tegaknya berdemokrasi. Media massa memiliki fungsi kontrol. Karena melalui transformasi informasi, media massa mampu mengerem laju kebijakan pemerintah yang tidak memihak kepada kepentingan rakyat.

Kekinian dan relevansi politik adalah kekinian dan relevansi media. Kuasa semakin ditentukan oleh corak penguasaan terhadap media. Tingginya pengaruh media massa dalam menggiring opini publik mengakibatkan ideologi politik bukan lagi menjadi kekuatan yang dapat menarik para pemilih terutama ketika pemilik media sebagai praktisi politik maka penggiringan opini melalui media massa menjadi kekuatan baru.

Media massa menjadi alat sebagai ajang pencitraan publik, meruntuhkan popularitas lawan politik, dan alat untuk menyerang.

Dalam masa kampanye Pemilu, media dalam hal ini media massa maupun elektronik sangat potensial dalam hal memengaruhi publik untuk menggalang dukungan seperti contohnya Menjelang pesta politik 2014 terlihat ada gejala revolusi media, khususnya televisi dan Koran atau media cetak. Kedua media ini muncul sebagai kekuatan baru yang mampu menggiring opini publik dengan tayangan dan iklan-iklan yang disajikan, terutama bagi masyarakat awam. Kampanye politik melalui media dinilai sangat efektif dan praktis karena jangkauannya yang luas dan bisa menembus ruang internal golongan manapun.

Tingkat kepopuleran seorang tokoh politik juga sangat dipengaruhi oleh akses yang dimiliki kepada media. Makin besar akses yang dimiliki kepada suatu media, kesempatan untuk mempengaruhi opini publik juga semakin besar dan kesempatan memperoleh simpati dan dukungan masyarakat juga semakin meningkat. Dalam hal kampanye, media massa baik cetak maupun elektronik merupakan sebuah saluran kampanye terhadap konstituen. Apalagi dengan arus teknologi ini, rasanya media elektronik menjadi saluran utama bagi jalan untuk mempengaruhi pandangan masyarakat khususnya dalam masa kampanye Pemilu.

Surat kabar atau media cetak memiliki andil dalam pembentukan persepsi masyarakat. Persepsi sangat dipengaruhi oleh informasi yang ditangkap secara keseluruhan. Begitu juga dengan pencitraan pada dasarnya juga dipengaruhi oleh informasi yang

diterima dan dipersepsi. Informasi atau berita dalam media massa merupakan hasil seleksi yang dilakukan oleh gatekeeper yang dijabat oleh pemimpin redaksi atau redaktur pelaksana surat kabar. Berita merupakan salah satu informasi yang diberikan oleh surat kabar. Dalam hal penyajian berita harus melalui seleksi. Karena isi berita sangat berpengaruh pada minat masyarakat untuk membaca.

Oleh karena adanya seleksi dalam pemuatan berita, maka tidak semua berita atau informasi yang ada dapat di beritakan secara terbuka. Berita yang dimuat biasanya hanya berita yang memiliki nilai jual. Ternyata media massa baik surat kabar maupun televisi berpengaruh sangat besar bagi kemenangan dalam Pemilu. Komunikasi politik lebih efektif melalui sarana tidak langsung atau menggunakan media tersebut. Karena pesan yang disampaikan akan serentak diketahui oleh orang banyak di segala penjuru dan juga dapat diulang-ulang penayangannya. Persepsi, interpretasi, maupun opini publik mudah dipengaruhi lewat iklan maupun berita dalam media. Maka untuk menghindari terjadinya disfungsi media, media harus bisa menjadi penengah atau perantara antara pemerintah, elit partai, dan masyarakat.

(<http://politik.kompasiana.com>)

Ketika surat kabar/koran berada dalam konteks sosial dan dikonsumsi oleh khalayak. Maka pada saat itu media massa berhadapan dengan masalah etika. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa media massa pada dasarnya tidak bebas nilai. Ujian terberat bagi media massa yakni menyeimbangkan kebebasan pers dalam memberikan informasi/pemberitaan dengan porsi tanggung jawab yang diembanya. Media

khususnya surat kabar harus memosisikan netral. Definisi etika ini juga berlaku untuk kelompok media sebagai subjek etis yang ada. Setiap arahan dan aturan moral mempunyai nilai dan level kontekstualisasi. Bisa pada tingkat individu, kelompok, komunitas atau sistem sosial yang ada. Dapat dikatakan bahwa etika pada level tertentu sangat ditentukan oleh arahan sistem sosial yang disepakati.

Modal sosial memfasilitasi demokrasi yang adil dan stabil. pengaruh komponen struktural modal sosial terhadap keterlibatan politik menurun ketika cara partisipasi politik yang kurang konvensional dipertimbangkan. Aspek kultural modal social khususnya kepercayaan diduga berhubungan positif dengan partisipasi tetapi bukti empiris berarti dua (*ambiguous*) pada poin ini. Pembuktian yang kuat (atau penolakan) terhadap interpretasi ini memberikan informasi penting untuk evaluasi persoalan dan prospek perbaikan keterlibatan demokrasi dengan memfokuskan pada ketersediaan dan pembangunan modal sosial. (Jan W. van Deth : 2001).

Menurut Undang-Undang Pers, idealisme jurnalisme dan media adalah menyajikan informasi yang mencerdaskan dan memberdayakan publik agar mereka bisa mengatur diri sendiri. Kepentingan publik adalah alasan utama eksistensi jurnalisme. Maka, independensi dan netralitas menjadi elemen penting dalam menjalankan profesi ini. Independensi media massa membawa gagasan bahwa wartawan harus bebas dari segala macam bentuk campur tangan apapun dalam menjalankan tugasnya.

Media yang bebas (*independen*) memiliki peranan yang penting seperti

hal nya lembaga hukum yang independen (tidak memihak), dimana mereka menjalankan tugasnya dengan profesional, tidak bertanggung jawab pada kelompok tertentu, dalam hal ini politisi atau partai politik tertentu. Karena saat ini pemilik modal dari media kebanyakan di Indonesia adalah seorang pengusaha yang juga politisi. Setiap harinya kita melihat persaingan pemberitaan persaingan antar calon yang juga persaingan medianya. Karena kebetulan yang sedang bersaing juga masing-masing memiliki perusahaan media massa. Maka hal ini akan sangat terlihat ketidak netralan sebuah pemberitaan yang ditayangkan karena pemberitaan dianggap berat sebelah atau lebih kepada calon yang didukung oleh pemilik media yang berpengaruh kepada hasil berita media itu juga.

Media yang bebas dapat menjadi pengontrol kebijakan pemerintah dan partai-partai politik, memberikan berita-berita politik yang berimbang, dan menjadi pedoman masyarakat dalam mendapatkan informasi secara jujur dan apa adanya mengenai para politisi yang mencalonkan diri sebagai wakil rakyat.

Media biasa mengambil posisi segaris dengan pandangan pihak tertentu, atau posisi mendukung sikap pro atau kontra dalam menghadapi isu publik yang kontroversial atau diperdebatkan (*disputed*). Media jurnalisme tidak boleh bersifat partisan secara organis pada pihak/kelompok, sebab *partisanship*-nya adalah pada gagasan moral yang dijadikan dasar dalam menghadapi fakta. Karena itu, di atas *episteme* jurnalisme, masih ada tujuan jurnalisme yang lain, yaitu nilai kebajikan umum yang harus dijaga dan diwujudkan. Media jurnalisme pada dasarnya tidak berkepentingan dengan siapa pemenang di antara

kandidat sebab sebagai tujuan tetap dan akhir (*ultimate*) dalam jurnalisme adalah publik, bukan penguasa. Informasi diperlakukan sebagai wacana yang kebenarannya bersifat terbuka. Dengan begitu, media dapat mengangkat gagasan moral/kebijakan umum dari setiap kandidat. Media jurnalisme dapat mengambil peran dalam menumbuhkan rasionalitas masyarakat politik di ruang publik dalam menghadapi wacana politik.

Di Kota Palangka Raya menjelang Pemilu banyak calon legislatif yang memanfaatkan media khususnya media cetak untuk memperkenalkan dirinya agar masyarakat dapat mengenali calonnya dengan baik. Media menjadi komunikasi pilihan untuk para caleg, setiap kegiatan diliput oleh Media untuk memberikan gambaran kepada masyarakat tentang sosok caleg tersebut.

Para kandidat di Kota Palangka Raya lebih sering menggunakan media cetak. Alasan yang digunakan para kandidat adalah media cetak sangat mudah di temui oleh masyarakat dan lebih murah. Tidak hanya itu media cetak dapat menyentuh berbagai kalangan. Media cetak merupakan pilihan bagi para calon legislatif untuk berkampanye memperkenalkan dirinya. Hal ini karena media cetak sangat mudah masuk ke berbagai golongan masyarakat, mudah di temui, dan banyak beredar setiap harinya.

Selama kampanye Caleg banyak menggunakan media, seperti Koran-koran ternama di Kota Palangka Raya. Masyarakat melalui media mendapat informasi utuh mengenai bakal calon legislatif. Informasi dan publikasi media dalam memberitakan kualitas dan rekam jejak calon menjadi salah satu faktor penentu yang dapat merobah dan membentuk opini serta menjadi masukan

bagi pemilih dalam menentukan pilihannya.

Penyalahgunaan peran komunikasi politik dan komunikasi massa dapat terlihat praktiknya dalam kampanye pemilihan umum khususnya di Indonesia. Dalam komunikasi politik dan komunikasi massa tentu terdapat efek yang ditimbulkan masing-masing teori tersebut. Khususnya dalam pemilihan umum, dimana suatu kegiatan politik yaitu kampanye yang didalamnya terdapat komunikasi politik menimbulkan efek pada saat masyarakat sebagai orang yang menerima pesan politik melalui kampanye, pesan politik ini dapat melalui media massa juga seperti televisi, media sosial, radio dan media massa lainnya. Dengan adanya pesan politik itu, masyarakat pun dapat menjatuhkan pilihan publiknya.

Dalam kampanye pemilu, media massa dipandang sebagai satu alat kampanye yang sangat ampuh digunakan untuk mempublikasikan kelebihan bakal calon atau partai politik tertentu karena media massa merupakan sarana penyampaian pesan secara langsung kepada masyarakat luas. media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain. keefektifan media massa dalam menyampaikan pesan politik telah menjadikannya sebagai ajang pertempuran politik. Sekarang ini adalah abad atau masa informasi yang membuat siapapun yang memiliki akses kepada media massa memiliki kemampuan untuk membuat opini publik sesuai dengan apa yang diinginkannya.

Dari latar belakang yang dipaparkan tersebut, maka penelitian ini mengambil judul penelitian yaitu : Pemanfaatan Media Massa Sebagai Sarana Komunikasi Politik Dalam

Pemilihan Calon Legislatif Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Palangka Raya 2014.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dengan penelitian kualitatif, peneliti dapat menangkap makna dari pernyataan informan sehingga dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai pemanfaatan media massa sebagai sarana komunikasi politik dalam pemilihan calon legislatif dewan perwakilan rakyat daerah (DPRD).

Penelitian dilakukan dalam waktu 6 (enam) bulan dari bulan Desember 2015 hingga Mei 2016. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui wawancara dan data sekunder melalui observasi. Data wawancara digunakan untuk memperoleh informasi tentang pemilihan calon legislatif Data observasi digunakan untuk menegaskan maupun mengecek kembali data wawancara.

Sumber data dalam penelitian adalah informan, peristiwa atau aktivitas, serta dokumen atau arsip. Calon Legislatif dan masyarakat 6 (enam) orang, serta Karyawan media massa 2 (dua) orang. Peristiwa dan aktivitas yang diamati meliputi interaksi calon legislatif dengan respon masyarakat terhadap media massa.

Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan cara memilih informan yang dianggap mengetahui permasalahan yang diteliti secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang baik. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi dan mencatat dokumen.

Validitas data diperoleh dengan melakukan triangulasi sumber atau data

dan triangulasi metode. Triangulasi data dilakukan dengan mengecek dua atau lebih informan yang berbeda mengenai data yang sama yaitu antara informan kunci dan informan pendukung. Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan data wawancara dengan data observasi.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model analisis interaktif yang dimulai dari pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan mencatat dokumen. Data yang terkumpul lalu direduksi. Setelah direduksi, data-data disajikan dalam bentuk narasi lalu ditarik suatu kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Peran Media massa dalam memperkenalkan dan menyebarluaskan calon anggota Legislatif kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa pada saat Pileg 2014 di Kota Palangka Raya, media berperan sangat besar, dalam masa kampanye banyak caleg yang memanfaatkan media, seperti sosialisasi yang diliput media, kemudian wawancara, dan kegiatan yang dilakukannya semua diliput oleh media. Dalam dimensi ini dapat dianalisa bahwa media cetak merupakan media yang cukup efektif untuk menyampaikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pemilu. Di Kota Palangka Raya selama berbulan-bulan sebelum pemilu dilakukan banyak Koran yang menyediakan berita tentang pemilu. Pihak media mendapat keuntungan karena iklan halaman depan penuh oleh caleg, caleg harus membayar mahal hal tersebut. Dari hasil wawancara yang dilakukan maka dapat dianalisa bahwa saat kampanye berlangsung di Kota Palangka Raya media massa

khususnya yang ada di Kota Palangka Raya sudah menjalankan perannya dengan baik, mereka ikut membantu memberikan informasi mengenai caleg yang akan maju untuk duduk menjadi wakil rakyat.

Pemanfaatan media massa sebagai sarana komunikasi politik

Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan secara langsung maka dapat diambil kesimpulan bahwa di Kota Palangka Raya khususnya media massa belum dapat menggiring masyarakat untuk memilih salah satu caleg.

Tujuan media massa sendiri dijadikan sebagai sarana komunikasi politik yaitu untuk menciptakan citra politik, pendapat umum dan partisipasi politik. Pembentukan citra politik oleh media massa terbentuk melalui proses pembelajaran politik, atau sosialisasi yang terus-menerus, melalui komunikasi politik, baik yang berlangsung secara antarperson, maupun yang berlangsung melalui media massa. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara maka dapat diketahui bahwa selama ini media berperan aktif dalam menggiring opini publik semua yang ditampilkan adalah kelebihan masing-masing caleg bukan menjatuhkan. Kemajuan teknologi menjadi salah satu faktor dimana media massa dijadikan alat sebagai komunikasi politik untuk menciptakan citra politik, pendapat umum, dan juga partisipasi politik

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa media massa sudah mampu membantu memperkenalkan dan menyebarluaskan

calon anggota legislatif kepada masyarakat. Kemudian pemanfaatan media massa sebagai sarana komunikasi politik pada pemilihan legislatif di Kota Palangka Raya tahun 2014 sudah baik. Di Kota Palangka Raya selama berbulan-bulan sebelum pemilu dilakukan banyak Koran yang menyediakan berita tentang pemilu. Pembentukan opini publik di masyarakat yang dilakukan oleh media merupakan salah satu efek yang ditimbulkan ketika media massa melakukan sebuah pemberitaan dan konstruksi sosial. Melalui opini publik yang sudah terbentuk itulah beberapa pihak yang memiliki kepentingan politik menggunakannya untuk mendapat dukungan, dengan tujuan meraup suara sebanyak-banyaknya di pemilu.

Di Kota Palangka Raya khususnya media massa sudah dapat menggiring masyarakat untuk memilih salah satu caleg. Tujuan media massa sendiri dijadikan sebagai sarana komunikasi politik yaitu untuk menciptakan citra politik, pendapat umum dan partisipasi politik. Citra politik seseorang akan membantu dalam pemahaman, penilaian, dan pengidentifikasian peristiwa, gagasan, tujuan pemimpin politik. Pendapat umum akan terbentuk dengan sendirinya dari proses pencitraan politik di media massa.

Media bukan satu-satunya faktor yang mendorong masyarakat untuk memilih, namun media juga berperan terhadap keputusan masyarakat untuk memilih salah satu caleg. Karena menurut para informan mereka dapat mengenali calegnya lewat media. Masyarakat akan langsung percaya dengan banyaknya pemberitaan tentang salah satu caleg tersebut. Harusnya masyarakat lebih mengkroscek kebenaran dari setiap pemberitaan yang dipaparkan oleh media.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas dapat disarankan sebagai berikut:

1. Seharusnya media tetap memberitakan secara netral sehingga tidak terjadi penyimpangan dalam pelaksanaan pemilu khususnya dalam masa kampanye.
2. Hendaknya media tidak berbuat suatu hal yang diluar kode etik jurnalistiknya.
3. Peran media diharapkan dapat melakukan pendidikan politik bagi masyarakat. Setidaknya berperan dalam penambahan informasi tentang pemilihan legislatif. Informasi tersebut bisa mempengaruhi perilaku memilih. Sehingga akan berdampak pada sistem politik yang berjalan. Selain itu, media dapat menjadi sarana

Referensi

- Abu Nashr Muhammad Al-Iman. (2004). *Membongkar Dosa-dosa Pemilu, Prisma Media*, Jakarta.
- Antar, Venus. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardial. (2009). *Komunikasi Politik*. Jakarta : PT.Indeks
- Ardianto, E.L. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis.
- Budioarjo, Miriam. 2000. *Partisipasi dan Partai Politik*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- Budiardjo, Mirriam. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Cholisin dkk. (2007). *Dasar Dasar Ilmu Politik*. Jakarta : Universitas Terbuka
- Dedy Jamaluddin Malik dan Dedy Mulyana. (2001). *Etika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Dewintasari. (2014). *Penyalahgunaan Peran Komunikasi Politik Dan Komunikasi Massa Dalam Kampanye Pemilihan Umum Di Indonesia* Jatinangor: Universitas Padjadjaran.
- Djuroto, Totok. (2002). *Manajemen Penerbitan Pers, PT Remaja Rosdakarya I* Bandung.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta : LKIS.
- Firmanzah. (2007). *Marketing Politik*. Jakarta:Yayasan Obor Indonesia.
- Hafid Cangara. (2009). *Komunikasi politik (Konsep, teori dan strategi)*. Jakarta : Pt Rajawali
- Jalaludin Rakhmat. (2005). *Psikologi Komunikasi*, edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Liliweri, Alo. (2004). *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta
- Moleong, Lexy. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya
- Nimmo, Dan. (2001). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: CV. Alfabeta