

BAB II KAJIAN TEORI

A. Teori-teori yang Terkait dengan Penelitian

Untuk menjawab pertanyaan tentang kemenangan pemilu tidak diragukan lagi terkait dengan komunikasi. Upaya komunikasi politik memainkan peran penting dalam demokrasi untuk memperkenalkan kandidat kepada publik. Komunikasi politik umumnya diartikan sebagai upaya untuk mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh anggota kelompok tertentu. Setiap partai politik, atau kandidat untuk posisi legislatif perlu memiliki peran, tujuan dan strategi yang berbeda untuk mempertahankan kekuasaan. Menciptakan kesan yang baik di mata publik adalah salah satu tujuan komunikasi politik. Citra politik seseorang dibentuk oleh informasi yang mereka terima, baik secara langsung maupun tidak langsung atau melalui media politik seperti media massa yang bertujuan untuk menyebarkan pesan politik yang factual dan luas. Opini publik sebagian besar dibentuk melalui citra politik yang muncul sebagai produk sampingan kognitif dari komunikasi politik. Oleh karena itu citra politik dan pembentukan opini publik saling terkait.¹

Perjuangan tersendiri bagi perempuan untuk meyuarkan hak-hak perempuan serta ikut andil di sektor non-domestik seperti dunia politik yang dihegemoni oleh laki-laki. Apabila di Jawa terkenal perempuan hanya mengenal dapur, kasur dan sumur, pendapat tersebut tidak berlaku pada masyarakat perempuan Jawa yang terjun di politik. Pada setiap pelaksanaan pemilu terdapat wajah –wajah lama yang terpilih kembali, para politisi tersebut mampu mempertahankan posisinya serta terpilih kembali oleh konstituen dapilnya. Di kabupaten Kudus sendiri tidak semua politisi perempuan dapat mempertahankan posisinya kembali pada pemilihan legislatif periode berikutnya. Sehingga penulis memiliki ide mengangkat judul Komunikasi Politik Legislator Perempuan dalam Mempertahankan Kekuasaannya di DPRD Kudus pada Pemilu 2024 dengan berbagai konsep yang telah ditentukan:

1. Strategi Politik

Secara umum strategi adalah upaya untuk mencapai tujuan. Strategi dapat digunakan dalam berbagai bidang, seperti pemasaran, politik, dan bisnis. Dalam strategi politik, strategi adalah keseluruhan kondisional tentang tindakan yang dijalankan

¹ Muchtar, Khoiruddin. “Komunikasi politik dan pembentukan citra partai.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 14, no. 2 (2016): 136-147.

untuk mencapai tujuan-tujuan politik. Strategi politik dapat diterapkan dalam pemilihan umum, pemerintahan serta pengelolaan politik.²

Strategi politik merupakan strategi yang digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik. Menurut Peter Schroder yang dikutip Nurul dalam artikel yang berjudul “Strategi Politik Calon Legislatif Perempuan Partai Nasdem di Kota Palopo” menyatakan bahwa strategi politik dibagi menjadi dua, yaitu³:

a. Strategi Ofensif

Partai biasanya menggunakan teknik offensive untuk meningkatkan jumlah pemilih. Sebuah kampanye dianggap berhasil ketika sejumlah besar individu memiliki pendapat yang baik dari partai politik. Selain itu, strategi ofensif yang digunakan dalam kampanye pemilu harus menonjol dari kerumunan dan memenangkan anggota partai.

Strategi menembus pasar dan perluasan pasar adalah dua komponen dari strategi ofensif. *Pertama*, rencana perluasan pasar berusaha untuk melengkapi basis tetap, saat ini dengan menciptakan basis cadangan untuk kelompok pemilih baru. Kampanye yang mencoba mempublikasikan dan memperkenalkan manfaat kandidat yang mencalonkan diri dalam pemilihan umum kepada publik juga menggunakan teknik ini. *Kedua*, untuk sepenuhnya menyadari potensi caleg yang dipilih oleh partai, strategi untuk menembus pasar mencoba memaksimalkan hal itu.

Schroder yang dikutip oleh Nurul Alfiyah dalam judul Strategi Politik Calon Legislatif Perempuan Partai Nasdem di Kota Palopo, mengklaim bahwa kedua pola tersebut memiliki ciri-ciri berikut:

- 1) Melakukan upaya yang konsisten untuk menampilkan perbedaan yang berbeda dan menarik bagi pemilih;
- 2) Secara konsisten menekankan keuntungan yang akan dialami masyarakat jika mereka mendukung partai tersebut;
- 3) Berusaha untuk memberikan manfaat yang tidak dimiliki oleh partai oposisi;
- 4) Selalu berusaha untuk meningkatkan program yang mereka miliki;

² Pura, AK “Strategi Pemenangan Dalam Pemilihan Umum Calon Legislatif Partai Gerindra Di Desa Buo Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat Tahun 2019”. *Politico: Jurnal Ilmu Politik*, 8 (2). (2019).

³ Alfiyah, Nurul. “Strategi Politik Calon Legislatif Perempuan Partai Nasdem Di Kota Palopo.” PhD dis., 2016.

- 5) Menbuat janji perubahan.
- b. Strategi Defensif

Ketika sebuah partai berusaha mempertahankan pangsa pasar atau dominasinya untuk terus beroperasi dan menghindari kehilangan kekuasaan, partai tersebut menggunakan strategi defensif. Salah satu definisi strategi defensive adalah strategi yang melindungi, mematikan, atau menyerahkan pasar. Partai-partai pendukung bekerja untuk menjaga pemilih tetap teguh dalam preferensi merek mereka sambil membujuk orang lain yang juga pemilih musiman untuk memberikan suara untuk melestarikan pasar. Sementara itu, ada dua interpretasi dari strategi melepaskan atau membuang pasar. *Pertama*, ini menunjukkan keinginan suatu pihak untuk menyerah dan dalam beberapa kasus, memilih bergabung dengan pihak lain. *Kedua*, subordinasi pasar sementara kepada pihak ketiga sering terjadi dalam pemilihan menggunakan kertas suara, di mana ada putaran kedua pemungutan suara dimana hanya kandidat yang paling tangguh dari putaran pertama suara yang berpartisipasi.

Partai-partai menggunakan teknik defensif biasanya bertujuan untuk meminimalkan perbedaan, sehingga pemilih tidak dapat membedakan antara strategi defensif dan ofensif. Namun dalam beberapa kondisi, kedua teknik tersebut dapat digunakan secara bersamaan. Menggunakan teknik defensif mungkin melibatkan beberapa kegiatan, seperti⁴:

- 1) Pemilih harus tetap terlibat untuk memperkuat solidaritas pemilih.;
- 2) Pemilih harus dibuat lebih sadar akan program yang sebenarnya mereka anggap berhasil;
- 3) Berupaya untuk melakukan kampanye disinformasi, khususnya dengan mengaburkan perbedaan politik yang ada dengan lawan politik..

Selain itu partai politik dan politisi mungkin, dalam beberapa keadaan menggunakan strategi hibrida yang menggabungkan teknik defensif dengan ofensif. Proses politik dan perencanaan strategis untuk perubahan memberikan gambaran yang jelas tentang keseimbangan kekuasaan, tujuan akhir yang harus dicapai dan konsentrasi semua sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan. Dari gambaran tersebut perencanaan tersebut tujuan masa depan dirumuskan, tanggapan

⁴ Subiakto, Adi Budiman, dan Nur Kafid. "Strategi Defensif dan Ofensif Parpol Berbasis Massa Islam dalam Parliamentary Threshold pada Pemilu 2014." *SHAHIH: Jurnal Islami Multidisiplin* 1, no. 2 (2016): 137-148.

diperoleh dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut ditentukan.⁵

2. Komunikasi Politik

Komunikasi selalu digunakan oleh para pemimpin dan perwakilan rakyat atau kelompok kepentingan untuk mengartikulasi dan mengumpulkan kepentingan tertentu, seperti ketika membuat saran untuk kebijakan yang akan diberlakukan. Dalam nada yang sama, pemerintah dan badan penguasa lainnya mengevaluasi berbagai data publik sebelum membuat keputusan tentang kebijakan publik. Demikian pula, ketika legislator memperdebatkan undang-undang yang diusulkan, mereka harus berkomunikasi terlebih dahulu dengan semua pihak yang terlibat. Karena komunikasi memainkan peran penting dalam politik, bukan hal yang aneh bagi para pemimpin untuk mencoba memantau atau mengelola “komunikasi” untuk mempertahankan dukungan bagi posisi otoritas mereka. Apakah demokratis atau otokratis, seorang pemimpin politik sering mengontrol atau menipulasi informasi yang tersedia untuk kontituennya⁶.

a. Definisi Komunikasi Politik

Beberapa definisi politik menurut para ahli⁷:

- 1) Seorang pakar politik berpendapat bahwa komunikasi Maswadi Rauf merupakan subjek penelitian ilmu politik karena pesan-pesan yang disampaikan selama proses komunikasi bersifat politis, yaitu terhubung dengan kekuatan politik pemerintah dan negara serta tindakan komunikator yang memegang jabatan bertindak sebagai actor politik. Komunikasi politik dapat dilihat dari dua prespektif, Menurut Mawasdi: sebagai kegiatan politik dan sebagai kegiatan ilmiah. Komunikasi politik sebagai kegiatan politik adalah penyebaran ide-ide politik ke pihak lain. Ini bersifat empiris, karena terjadi dalam situasi sosial yang sebenarnya. Komunikasi politik di sisi lain dipandang sebagai tindakan politik dalam sistem politik.
- 2) Seorang ahli hukum, Rusadi Kantaprawira, memandang komunikasi dari perspektif utilitas. Komunikasi adalah proses menghubungkan ide-ide politik yang ada di

⁵ Alfiyah, Nurul. “Strategi Politik Calon Legislatif Perempuan Partai Nasdem Di Kota Palopo.” PhD dis., 2016.

⁶ Subiako, H. “Komunikasi politik, media, dan demokrasi”. *Prenada Media*. (2015).

⁷ Pureklolon, Thomas P. “Komunikasi politik “. *Gramedia Pustaka Utama*, (2016).

masyarakat, apakah itu dipegang secara internal oleh organisasi, asosiasi, departemen pemerintah, atau kelompok.

- 3) Politik yang berbicara, atau lebih tepatnya, aktivitas politik (politisasi), adalah apa yang Roelofs dan Barn Lund definisikan sebagai komunikasi politik.
 - 4) Komunikasi politik menurut Harold D. Laswell yang di kutip Hapsari, Winda dalam Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Basri-Najirah Terhadap Pasangan Calon Neni-Joni Dalam Pemilukada Kota Bontang 2020 sebagai proses menjelaskan siapa yang mengatakan apa, melalui cara apa, kepada siapa, dan dengan hasil apa. (Siapa yang berbicara apa, kepada siapa melalui saluran apa pun, dan untuk hasil apa)⁸.
 - 5) Komunikasi politik, menurut pendapat Dan Nimmo yang di kutip Syabana, Mh. Sahal dan Suyono dalam Komunikasi Politik Tokoh Masyarakat dalam Menghadapi Pemilu 2024, mendefinisikan sebagai kegiatan komunikasi yang memiliki efek prospektif dan nyata yang mengatur perilaku masyarakat selama masa konflik. Selanjutnya, Nimmo menerapkan ketegangan pengaturan manusia yang dibuat pada saat konflik⁹.
 - 6) Komunikasi politik, seperti yang didefinisikan oleh Miriam Budiardjo, adalah salah satu peran partai politik. Ini melibatkan pengorganisasian banyak sudut pandang dan ambisi masyarakat, mengintegrasikannya untuk membentuk kepentingan yang harus diperjuangkan dalam kebijakan publik.
 - 7) Komunikasi politik menurut Gabriel Almond sebagai tindakan menyampaikan pesan di seluruh kinerja fungsi. Ini menyiratkan bahwa setiap aspek operasi sistem politik melibatkan peran komunikasi politik.
- b. Unsur-unsur Komunikasi Politik

Komponen vital dan esensial dari sosialisasi dan keterlibatan politik adalah komunikasi politik. Dalam hal ini, komunikasi politik menentukan bagaimana individu politik

⁸ Hapsari, Winda. "Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Basri-Najirah Terhadap Pasangan Calon Neni-Joni Dalam Pemilukada Kota Bontang 2020." *SINGKAT HUKUM* 11, no. 3 (2022): 1558-1569.

⁹ Syabana, Mh Sahal Ali, dan Suyono Suyono. "Komunikasi Politik Tokoh Masyarakat dalam Menghadapi Pemilu 2024 (Studi Kasus pada Tokoh Pemuka Pendapat Desa Jatimulyo Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember)." *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital* 1, no. 1 (2023): 9-9.

berperilaku. Seperti semua komunikasi, komunikasi politik mengikuti proses yang sama. Komunikasi politik sebagai badan pengetahuan juga terdiri dari beberapa komponen, seperti¹⁰:

1) Komunikator Politik

Komunikasi politik mempengaruhi legislatif dan eksekutif pemerintah selain partai politik. Oleh karena itu, sumber politik atau komunikator adalah orang yang dapat memberikan informasi tentang isu-isu yang memiliki signifikansi atau bobot politik. Orang-orang tersebut antara lain anggota DPR RI, MPR, KPU, politisi, wakil presiden, menteri, gubernur, bupati/walikota, dan kelompok penekan di masyarakat.

2) Pesan Politik

Pesan politik dapat diungkapkan secara lisan atau nonverbal, tertulis atau tanpa kata-kata. Halus atau jelas, sadar atau tidak sadar. Pidato politik, undang-undang partai, deklarasi politik, iklan politik, propaganda, papan reklame atau spanduk, serta artikel berita dan ulasan yang membahas politik dan pemerintah adalah beberapa contohnya.

3) Saluran atau Media Politik

Komunikator menggunakan saluran dan media politik sebagai instrumen atau teknik untuk menyebarkan pesan politik. Item yang dapat digunakan untuk membuat gambar termasuk papan iklan, spanduk, pamflet, selebaran, majalah, televisi, radio, dan surat kabar (konstruksi gambar).

4) Sasaran atau Target Politik

Mereka yang diantisipasi untuk memberikan dukungan dengan memberikan suara untuk partai politik atau kandidat dalam pemilihan umum adalah target audiens. Ini termasuk mereka yang bekerja sebagai pegawai negeri, pengusaha, buruh, perempuan, ibu rumah tangga, pelajar, penjual kaki lima, petani, dan mereka yang akan memilih ketika mereka cukup umur

5) Pengaruh atau Efek Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki efek membantu orang memahami partai politik dan pemerintah, yang mempersiapkan mereka untuk akhirnya melepaskan hak mereka untuk memilih dalam pemilihan umum. Apakah seorang kandidat terpilih atau tidak ditentukan oleh pemungutan suara.

¹⁰ Muslimin, Khoirul. *Buku terbuka komunikasi politik*. Unisnu Pers, 2019.

Formula berikut kemudian dikembangkan dengan menggabungkan sudut pandang Lasswell dengan unsur-unsur politik yang disebutkan di atas: Siapa (yaitu, komunikasikan politik), Apa kata (komunikasi politik), Kepada siapa (audiens politik), Saluran apa (dari media apa), Dengan hasil apa (efek politik). Menyusun dan menyelesaikan penelitian tentang komunikasi politik politisi perempuan akan dipermudah bagi peneliti jika mereka mengetahui komponen komunikasi politik.

c. Saluran Komunikasi Politik

Karena komunikasi politik melewati fase yang meliputi komunikasi massa, komunikasi antar budaya, komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi organisasi, komunikasi politik adalah jenis komunikasi yang paling maju dan komprehensif. Komunikasi politik adalah bentuk komunikasi multifaset dan rumit yang dapat dicirikan sebagai berikut¹¹:

1) Fase komunikasi intrapersonal

Pada dasarnya, tujuan politik adalah untuk memberikan keamanan, kesejahteraan, perdamaian, dan keadilan kepada semua orang. Bertanya pada diri sendiri apakah tujuan dalam politik menunjukkan hati nurani yang berpihak pada kebenaran dan kepentingan penduduk atau hanya berpihak pada kelompok tertentu adalah fase kontemplatif yang terjadi selama fase intrapersonal. Hasilnya positif jika politik benar-benar dijalankan dengan tujuan melayani masyarakat dan percaya bahwa politik adalah misi ilahi. Di sisi lain, jika tujuannya cacat sejak awal dan hanya dimotivasi oleh rasa lapar akan keuntungan moneter dan kekuasaan, hal-hal buruk akan terjadi.

2) Fase komunikasi antar personal

Fase yang mengikuti tujuan dan ide komunikator dikenal sebagai komunikasi interpersonal. Selama tahap ini, komunikator biasanya mencari saluran untuk gagasan atau ide. Dialektika dampak timbal balik dan komunikasi diadik akan muncul dari keadaan ini. Komunikasi interpersonal memiliki dampak signifikan pada ideologi politik, yang berfungsi sebagai dasar bagi politik dunia nyata. Komunikasi interpersonal dapat melibatkan apa saja dari awal hubungan sampai pengakhirannya. Dengan demikian,

¹¹ Alfiyah, Nurul. "Strategi Politik Calon Legislatif Perempuan Partai Nasdem Di Kota Palopo." PhD dis., 2016

kepentingan akan menjadi pusat perhatian dalam lingkungan politik dan menciptakan dinamika dinamis dalam hubungan. Ketika datang untuk secara sengaja membentuk hubungan pribadi dalam konteks kepentingan politik, seperti pembangunan koalisi yang dimulai dengan pertemuan para pemimpin partai atau kandidat yang mencari mitra untuk pemilihan legislatif, komunikasi interpersonal dapat digunakan untuk memahami karakteristik interpersonal politisi.

3) Fase Komunikasi Kelompok

Komunikator berpartisipasi dalam tiga atau lebih percakapan atau subjek diskusi selama fase ini. Biasanya, tiga hingga dua puluh orang terlibat dalam pembicaraan yang terfokus dan mendalam tentang mengembangkan dan mengartikulasikan opini politik selama periode ini. Sesi-sesi ini biasanya memberikan ide-ide politik sebagai output mereka.

4) Fase komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi terbentuk saat menyalurkan gagasan sampai pada komunikasi kelompok yang pada akhirnya membentuk perkumpulan yang legal dan formal. Di dalam organisasi terdapat komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas (vertikal) serta kepada sesama atau sejawat (horizontal).

5) Fase komunikasi massa

Pada fase ini dapat dibayangkan cukup efektif dalam penyebaran sosialisasi politik, iklan politik dan publikasi karena penyebarannya yang serentak dan jangkauan yang luas. Walaupun sifatnya hanya searah pada politisi dan juga memiliki media, namun tetap terjadi monopoli dalam pemberitaan di media berdasarkan ideologi pemiliknya.

6) Fase komunikasi antar budaya

Fase ini terjadi saat komunikasi kelompok dan organisasi. Pada fase itu terdapat banyak dan luas pertemuan orang dengan perbedaan karakter, bahasa, agama dan adat istiadat maka diperlukan kemampuan dalam berbicara melintasi batas-batas budaya. Ketidaksepakatan akan muncul dalam diskusi, tawar-menawar, mencapai konsensus, dan kompromi. Demikian pula, ini juga terjadi ketika melakukan kampanye di tempat-tempat dengan konsentrasi adat istiadat setempat yang tinggi. Untuk mengurangi salah

tafsir ciri-ciri budaya dan perbedaan, komunikasi antar budaya sangat penting.

d. Bentuk-bentuk Komunikasi Politik

Menurut Arifin yang di kutip Alfares dalam judul *Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Pada Pemilihan Umum Legislatif 2019 di Kabupaten Purwakarta*, terdapat beberapa bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator politik untuk mencapai tujuan politiknya, yaitu¹²:

1) Retorika

Berasal dari kata Yunani *Rhetorica*, yang berarti "seni berbicara," berbicara di depan umum pertama kali diterapkan pada argumen di pengadilan menjadi pokok praktik komunikasi massa ketika berbicara di depan umum. Retorika datang dalam tiga rasa, khususnya: Awalnya, tujuan pidato liberal adalah untuk mempengaruhi pendengar terhadap kebijakan pemerintah yang menekankan keuntungan atau kerugian jika suatu kebijakan dipilih atau dilakukan. Kedua, putusan pengadilan terkait dengan wacana forensik. Ketiga, bahasa yang dapat dipuji atau diremehkan dikembangkan melalui retorika demonstratif.

2) Agitasi Politik

Berasal dari bahasa *Agitare*, yang menandakan gerak atau gerakan. Harbert Blumer mengklaim bahwa agitasi bekerja dengan membangkitkan emosi penonton untuk membuat orang sadar akan gerakan politik, baik tertulis maupun lisan.

3) Propaganda

Seseorang atau kelompok dengan kepentingan pribadi yang menggunakan saran untuk mencoba dan mempengaruhi pendapat kelompok orang lain dikenal sebagai propaganda. Propagandis adalah mereka yang menyebarkan informasi dengan cara yang dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. Mereka biasanya politisi atau anggota partai politik dengan wewenang untuk menawarkan saran kepada audien

4) *Public Relation* (PR)

Tujuan PR adalah untuk menangkal propaganda, yang dianggap merugikan kehidupan politik dan sosial.

¹² Alfares, Dody. "Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Pada Pemilihan Umum Legislatif 2019 Di Kabupaten Purwakarta." PhD dis., Universitas Komputer Indonesia, 2020.

Membangun hubungan kepercayaan, harmoni, keterbukaan, atau akomodasi antara khalayak (masyarakat) dan politisi, profesional, atau aktivis adalah tujuan dari hubungan masyarakat.

5) Kampanye Politik

Kampanye politik adalah jenis komunikasi tentang politik yang dilakukan individu atau organisasi untuk jangka waktu tertentu dalam upaya untuk mendapatkan dan mempertahankan dukungan publik.

6) Lobi Politik

Kepribadian seorang politisi, termasuk pesona, keterampilan memecahkan masalah, dan kompetensi mereka, memiliki dampak signifikan pada lobi politik. Lobi politik menghasilkan saling pengertian dan kesepakatan, yang akan dilanjutkan dengan diskusi resmi di sesi atau pertemuan politik, yang mengarah pada keputusan dan sikap politik tertentu. Politisi dan operator politik menggunakan lobi politik sebagai forum utama untuk membahas isu-isu yang berkaitan dengan otoritas, konflik, pembangunan konsensus, dan kekuasaan.

e. Tujuan Komunikasi Politik

1) Sosialisasi Politik

Tujuan adalah proses penyampaian pesan-pesan. Dalam tujuan komunikasi politik sendiri terdapat beberapa tujuan diantaranya¹³:

Sosialisasi politik, seperti yang didefinisikan oleh David Easton dan Jack, adalah proses di mana seorang individu mengembangkan orientasi politik dan pola perilaku mereka. Mengingat hubungannya dengan kelangsungan hidup bangsa dan semua aspeknya, sosialisasi politik adalah ide strategis yang penting. Sosialisasi politik dapat terjadi melalui saluran kelembagaan seperti partai politik, kelompok massa, lembaga pendidikan, dan LSM, serta saluran interpersonal seperti keluarga dan lingkungan teman dekat. Kemudian, media massa berfungsi sebagai alat sosialisasi politik dengan memberikan informasi.

2) Pendidikan Politik

Pendidikan politik adalah usaha politisi untuk menanamkan, memodifikasi, atau menegakkan sistem nilai atau orientasi politik dengan memberi energi pada proses

¹³ Muslimin, Khoirul. *Buku terbuka komunikasi politik*. Unisnu Pers, 2019

sikap, perilaku, sistem berpikir, dan gagasan individu atau kelompok, baik kader, simpatisan, maupun masyarakat umum. Sebagai suatu kegiatan, pendidikan mempengaruhi, memodifikasi, dan membentuk sikap dan tindakan sesuai dengan prinsip-prinsip yang dianggap benar dan telah meningkatkan taraf hidup manusia. Selain itu, pendidikan politik tersebar melalui berbagai saluran massa, organisasi, dan interpersonal.

3) Partisipasi Politik

Keterlibatan politik adalah tindakan individu atau kelompok yang mengambil bagian dalam proses pemilihan nasional, yang secara langsung atau tidak langsung dapat berdampak pada kebijakan pemerintah. Peserta dalam komunikasi politik adalah anggota masyarakat yang terlibat dengan para pemimpin politik dengan menanggapi pernyataan mereka dan bertukar pesan dengan mereka

4) Rekrutmen Politik

Untuk benar-benar menjadi anggota politik, pendukung, kader politik, dan manajer organisasi politik, perekrutan politik adalah upaya untuk membujuk orang untuk mengadopsi orientasi dan prinsip politik.

5) Pendapat Umum

Konsensus yang muncul dari interaksi kelompok adalah pendapat umum. Ciri-ciri opini publik meliputi: (a) pandangan, sikap, perasaan, pendirian, dan harapan orang, kelompok, atau komunitas mengenai hal-hal yang menjadi kepentingan umum atau masalah sosial; (b) hasil penilaian sosial yang dibuat oleh orang-orang berdasarkan percakapan, interaksi, atau pertukaran ide yang rasional dan sadar; (c) media massa memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik; dan (d) dapat digunakan untuk melawan pendukung keyakinan demokratis.

6) Citra Politik

Meskipun komunikasi memiliki kecenderungan untuk mempengaruhi bagaimana audiens mengatur pemikiran mereka tentang lingkungan mereka, itu juga dapat secara tidak langsung mempengaruhi pendapat atau perilaku tertentu. citra adalah representasi dari seseorang yang telah dirasakan secara bermakna melalui lensa harapan, kepercayaan, dan nilai.

3. Komunkasi Politik dalam Prespektif Al-Qur'an

Perbedaan gaya dan komunikasi politik dapat ditemukan pada evolusi politik Islam sejak zaman Nabi hingga saat ini. Perbedaan tersebut sama-sama di bawah tingkat kekuasaan yang dimiliki khalifah dahulu hingga saat ini. Semuanya terkait erat dengan Al-Qur'an yang berfungsi sebagai pedoman pengakuan dosa dan sumber apresiasi bagi para pemimpin negara-negara Islam.¹⁴

Surah dan Ayat Al-Qur'an yang selalu ditunjuk adalah QS. An-Nisa.4:58-59 yang tergolong surat madaniyyah yang berbunyi:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾
 ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَى الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهٗ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴾

Artinya:59. Wahai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nabi Muhammad) serta *ululamri* (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunahnya) jika kamu beriman kepada Allah dan hari Akhir. Yang demikian itu lebih baik (bagimu) dan lebih bagus akibatnya (di dunia dan di akhirat). 59. Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. kemudian jika kamu berlainan Pendapat tentang sesuatu, Maka kembalikanlah ia kepada Allah (Alqur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya. (QS. An-Nisa.4:58-59) (H.R. Bukhari)

¹⁴ Markarma, Andi. "Komunikasi dakwah efektif dalam perspektif alquran." *HUNAF: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 1 (2014): 127-151.

Banyak akademisi percaya bahwa kedua ayat ini, yang mendefinisikan kewajiban terhadap iman dan otoritas, adalah ayat pertama yang menghubungkan ajaran Islam dengan otoritas Allah SWT. Semua ini menunjukkan bahwa Allah SWT telah memberikan larangan tertulis terhadap segala aspek perilaku manusia, terbukti dengan Al-Qur'an yang menunjukkan syarat syumuliatul Islam. Semuanya di jelaskan dalam amanah, salah satunya ditentukan oleh ahlak. Pemiliknya. Kesetaraan yang disyaratkan akan berlaku untuk semua kelompok, tidak hanya organisasi muslim.

Menurut Imam Al-Qurthuby Tafsir *Al-Jami' li Ahkamil, Al-Qur'an* mengatur bahwa seorang penguasa negara harus melaksanakan tugas yang diberikan kepadanya, tidak bertindak sewenang-wenang, mengambil keputusan yang bijaksana, dan tidak menggunakan kelicikan dalam melakukannya. Al-Qurthubiy melanjutkan, kunci dari semua aturan yang perlu diterapkan adalah pelaksanaan otoritas. Sudut pandang mendasar yang perlu dimiliki seorang kepala negara sangatlah penting.

Adapun dunia, selain itu Dia memberikan sebagian kekuasaan-Nya kepada makhluk hidup. Dalam konteks kekuasaan politik, Al-Qur'an memerintahkan Nabi Muhammad SAW. Untuk membuat pernyataan tegas QS. Al-Imran. 3.26:

قُلِ اللَّهُمَّ مَلِكُ الْمَلِكِ تُؤْتِي الْمَلِكَ مَن تَشَاءُ وَتَنْزِعُ الْمَلِكَ مِمَّن تَشَاءُ وَتُعِزُّ مَن تَشَاءُ وَتُذِلُّ مَن تَشَاءُ بِيَدِكَ الْخَيْرُ إِنَّكَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٣٦﴾

Artinya: Katakanlah: “Wahai tuhan yang mmepunyai kerajaan, Engkau berikan kerajaan kepada orang yang Engkau kehendaki dan Engkau cabut kerajaan dari orang yang Engkau kehendaki. Engkau muliakan orang yang Engkau kehendaki dan Engkau hinakan orang yang Engkau kehendaki. Di tangan Engkaulah segala kebajikan. Sesungguhnya Engkau Maha Kuasa atas segala sesuatu. (QS. Al-Imran. 3.26) (H.R. Bukhari)

Sebagaimana disebutkan pada ayat di atas, Allah SWT menganugerahkan sebagian kekuatan pada manusia. Ada yang Berjaya dan dengan sempurna menjalankan tanggung jawabnya dari antara mereka karena mereka mematuhi dasar-dasar kebijakan. Prespektif Islam berpendapat bahwa manusia mempunyai misi. Amanah tersebut dapat dijadikan peringatan bahwa segala sesuatu yang dilakukan makhluk hidup ada di hadapan Tuhannya, sekaligus sebagai penyangkalan terhadap akhlak makhluk sosial yang perlu

mendapat jaminan dalam menjalankan amanah yang mampu mereka emban.

Kedudukan umat *Khalifatullah fi AlArdhina* disebutkan dalam risalah tersebut. Peran ini melibatkan upaya mahluk sosial untuk melindungi dan memperbaiki lingkungan, mengendalikan kehidupan, dan memperbaiki manusia. Jelas sekali bahwa pekerjaan dan kegiatan ini bersifat politis. Oleh karena itu, amanat risalah tersebut secara garis besar dipahami sebagai berikut: dijelaskan bahwa, berbeda dengan siyasah Islam untuk kesejahteraan dunia, manusia adalah mahluk yang mempunyai tanggung jawab sosial dan bertanggung jawab untuk menegakkan ketertiban hidup sesamanya dalam lingkungannya. Juga sebagai jalan dan alternatif menuju keinginan yang lebih mulia dan abadi, yaitu keinginan untuk hidup lebih lama guna mencapai keabadian di akhirat. Kedaulatan mengarah pada pemerintahan politik bersama dengan prosedur tercantum dalam QS. Shaad. 38.26: tergolong dalam surat makkiyah.

يَدَاوُدُ إِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيفَةً فِي الْأَرْضِ فَاحْكُم بَيْنَ النَّاسِ بِالْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعِ الْهَوَىٰ فَيُضِلَّكَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ إِنَّ الَّذِينَ يَضِلُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ لَهُمْ عَذَابٌ شَدِيدٌ بِمَا نَسُوا يَوْمَ الْحِسَابِ ﴿٣٨﴾

Artinya: Hai, Daud, Sesungguhnya kami menjadikan kamu khalifah (penguasa) di muka bumi, maka berilah keputusan (perkara) di antara manusia dengan adil dan janganlah kamu mengikut hawa nafsu, karena ia akan menyesatkan kamu dari jalan Allah. Sesungguhnya orang-orang yang sesat dari jalan Allah akan mendapatkan azab yang berat, karena melupakan hari perhitungan. (QS. Shaad. 38.26) (H.R. Bukhari)

B. Penelitian Terdahulu

Agar dapat menghasilkan tulisan ilmiah, perlu dicantumkan tinjauan pustaka atau kajian terlebih dahulu. Ulasan ini terdiri dari ringkasan dan analisis ide-ide penulis dari perpustakaan jurnal, buku, antologi, karya ilmiah, makalah, majalah, dan artikel lepas yang berkaitan dengan topik diskusi. Sumber kutipan yang digunakan dalam hasil penelitian yang tidak ditulis oleh penulis harus disertakan; Untuk penelitian ini, penulis mengumpulkan kutipan dari jurnal dan referensi tesis yang membahas komunikasi politik

perempuan. Akibatnya, para sarjana memeriksa temuan studi menggunakan referensi jurnal dan tesis yang tercantum di bawah ini oleh penulis.:

Pertama, studi Firdha Umari dan Sulih Indra Dewi (2020) berjudul "Strategi Komunikasi Politik Calon Perempuan dalam Pemilu Legislatif 2019 di Kota Malang" berupaya memahami tantangan yang dihadapi politisi perempuan serta strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan. Purposive sampling digunakan bersamaan dengan metodologi kualitatif untuk menentukan informan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini, strategi komunikasi politik calon legislatif perempuan telah berhasil di Kota Malang. Strategi ini termasuk pergi dari pintu ke pintu, berinteraksi dengan para pemimpin agama dan struktural, mengirim beberapa tim kesehatan untuk mengunjungi rumah konstituen, dan menyewa konsultan politik. Sumber daya keuangan yang terbatas, kurangnya keahlian politik, dan hambatan internal yang datang dengan bermain sebagai ibu rumah tangga dan politisi adalah tantangan yang dihadapi politisi perempuan.¹⁵

Kedua, makalah Umaimah Wahid tahun 2014 berjudul "Aliansi Jaringan dalam Proses Komunikasi Politik Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Perempuan" yang meneliti kemampuan perempuan untuk berkomunikasi secara politik di parlemen di provinsi Banten dan Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif. Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa tipikal anggota parlemen perempuan jauh dari sempurna. Keadaan menunjukkan kurangnya pengetahuan, pengalaman, dan kelahiran kembali pada anggota parlemen perempuan. Karena pengaruh budaya patriarki, pembatasan ini berdampak pada komunikasi politik yang sedang berlangsung dan menunjukkan resistensi partai politik untuk memberdayakan perempuan. Harga publikasi media yang selangit menyebabkan masalah bagi mereka. Namun, media tidak sepenuhnya menantang hegemoni. Bagi wanita, ini adalah situasi yang sangat kritis karena ada kebutuhan mendesak untuk perubahan yang signifikan.¹⁶

Ketiga, "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Perempuan dalam Mendapatkan Dukungan Publik pada Pemilu Legislatif 2019 di Kalimantan Selatan" ditulis pada 2019 oleh Novaria Maulina, Atika, dan Nandya Rukmana Sari. Tujuan dari

¹⁵ Umari, F., & Dewi, S. I. Strategi Komunikasi Politik Caleg Perempuan dalam Pileg 2019 di Kota Malang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(2), (2020). 55-65.

¹⁶ Wahid, U. Aliansi Jaringan dalam Proses Komunikasi Politik Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Perempuan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), (2014). 69-84.

penelitian ini adalah untuk memastikan taktik komunikasi yang digunakan oleh politisi perempuan yang mencalonkan diri sebagai Calon Legislatif (Caleg) untuk mengumpulkan dukungan dari pemilih dalam pemilihan legislatif Kalimantan Selatan 2019. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Temuan penelitian ini mencakup beberapa komponen komunikasi politik yang terkait dengan taktik pengumpulan dukungan publik yang digunakan oleh kandidat perempuan. Caleg perempuan bersama timnya bertindak sebagai komunikator politik selama proses kampanye pemilihan legislatif. Masyarakat sedang diberitahu tentang isu-isu politik yang berkaitan dengan kesehatan, kesejahteraan, emansipasi wanita, dan pendidikan anak-anak. Komunikasi pribadi dan kelompok adalah saluran utama yang digunakan bersama dengan media cetak seperti papan iklan dan media online seperti *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, dan media sosial lainnya. Tujuan politik perempuan mencakup berbagai kelompok, termasuk komunitas, organisasi mahasiswa, dan kelompok masyarakat lainnya, selain organisasi perempuan. Pendekatan komunikasi politik horizontal yang digunakan oleh kandidat perempuan untuk memenangkan publik adalah pendekatan di mana ada keseimbangan yang wajar antara komunikator politik, atau kandidat, dan komunikan, atau masyarakat.¹⁷

Keempat, studi Nurannafi FSM (2018) berjudul "Komunikasi Politik Legislator di Kota Majalengka" yang berfokus pada pemahaman bagaimana legislator perempuan berkomunikasi secara politik saat membuat anggaran untuk Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, dan Keluarga Berencana DPRD Kabupaten Majalengka. Penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan dalam penyelidikan ini. Menurut temuan penelitian, komunikasi politik adalah proses di mana elit politik berkomunikasi dengan masyarakat umum untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, seperti munculnya proses pengambilan keputusan yang demokratis, terbuka, dan akuntabel. Setiap anggota parlemen perempuan memiliki gaya komunikasi politik yang unik, yang dapat dikaitkan dengan kerangka kebijakan partai dan pengaruh budaya yang memiliki dampak signifikan pada karier mereka.¹⁸

¹⁷ Maulina, N., Atika, A., & Sari, N. N. Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Perempuan Dalam Memperoleh Dukungan Publik Pada Pemilihan Legislatif Tahun 2019 di Kalimantan Selatan. (2019).

¹⁸ Nurannafi, F. S. M. Komunikasi Politik Anggota Legislatif Perempuan di Kota Majalengka. *Inter Komunika*, 3(1), (2018) 14-29.

Kelima, tulisan Uspal Jandevi (2019) dengan judul “Communication strategy to improve women’s political participation in Indonesia”. Fokus penelitian adalah mengetahui bagaimana strategi yang digunakan untuk meningkatkan partisipasi politik perempuan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah hakikat dari strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengelolaan, untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan untuk memimpin melainkan menunjukkan bagaimana strategi operasionalnya. Dalam menyusun strategi terdapat faktor-faktor yang harus diperhatikan yaitu mengenal masyarakat, hal ini karena dalam proses komunikasi audiens bersifat aktif antara komunikator dan komunikan sehingga dapat mempengaruhi audiens dan menyusun pesan, hal ini penting karena pesan merupakan sesuatu hal yang dapat membangkitkan audiens. Sehingga disimpulkan bahwa efektifitas komunikasi dapat berjalan dengan baik apabila terdapat perhatian dari masyarakat¹⁹.

Keenam, tulisan Jennifer M. Piscopo (2014) dengan judul *Female Leadership and Sexual Health Policy in Argentina*. Fokus pada penelitian ini adalah mendalami reformasi kesehatan seksual di Argentina untuk mengeksplorasi kepemimpinan dan aktivitas pembangunan koalisi para aktor politik utama dan apakah kehadiran perempuan yang lebih besar akan menghasilkan reformasi kebijakan gender. Hasil dari penelitian ini adalah untuk melibatkan perempuan dalam politik khususnya pada lembaga legislatif bergantung pada anggapan bahwa kehadiran perempuan merupakan sebagai obat untuk masalah sosial yang meluas. Alasan ini menyatakan bahwa sosialisasi peran gender membuat perempuan lebih mementingkan kesejahteraan sosial dan persamaan hak bahwa “kepentingan perempuan” ini akan didukung oleh para pemimpin perempuan dalam proses yang disebut “representasi substantif perempuan”.²⁰

Ketujuh, tulisan Kristin Kanthak dan Jonathan Woon (2015) dengan judul *Women Don’t Run? Election Aversion and Candidate Entry*. Fokus pada penelitian ini adalah melakukan eksperimen perbedaan gender dalam kemunculan kandidat dalam pemilu. Hasil dari penelitian ini yaitu laki-laki dan perempuan memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi kandidat, namun kecil kemungkinannya bagi perempuan untuk menjadi kandidat di pemilu.

¹⁹ Jandevi, U. Communication strategy to improve women's political participation in Indonesia. *International Journal of Communication and Society*, 1(2), (2019) 68-81.

²⁰ Piscopo, J. M. FEMALE LEADERSHIP AND SEXUAL HEALTH POLICY IN ARGENTINA. *Latin American Research Review*, 49(1), (2014) 104-127.

Perbedaan ini muncul karena kesenjangan kemampuan, keengganan mengambil resiko, keyakinan, serta kompetensi.²¹

Kedelapan, tulisan Worthen H (2015) dengan judul *Indigenous Women's Political Participation: Gendered Labor and Collective*. Fokus penelitian ini adalah mengkaji sebuah kasus di mana perempuan adat menolak upaya untuk meningkatkan peran perempuan dalam politik lokal. Di Amerika Latin hak atas partisipasi lokal di banyak komunitas tidak diberikan begitu saja, melainkan “diperoleh” melalui tindakan kerja untuk komunitas tersebut. Hal ini terjadi di Oaxacan, Mexico, hampir tiga perempat kota madya memilih otoritas kota berdasarkan adat dan tradisi buka melalui pemungutan suara dan hak pilih universal. Rendahnya tingkat partisipasi perempuan menarik perhatian pembuat kebijakan, sehingga memicu serangkaian reformasi legislatif yang dirancang untuk meningkatkan partisipasi perempuan dalam politik lokal. Tetapi, inisiatif ini tidak mencapai tujuan karena berfokus pada model liberal mengenai perempuan sebagai pemegang hak individu karena mereka gagal dalam memahami cara yang kompleks dalam mempengaruhi kerja berbasis gender dalam partisipasi politik perempuan konteks nonliberal. Hasil dari penelitian ini adalah bagi mereka yang memiliki upaya untuk memperkenalkan kesetaraan gender di lingkungan nonliberal. Hal ini menambah banyak argument feminis mengenai rendahnya penilaian terhadap reproduksi sosial perempuan dan peran hal ini dalam marginalisasi politik perempuan dalam liberalisme. Kegagalan paradigm hal-hak liberal dalam memahami partisipasi politik perempuan kaitannya dengan bentuk-bentuk pekerjaan serta nilai-nilai alternatif. Mereka berpendapat bahwa lembaga pemilihan Oaxacan mungkin tidak akan mampu memahami logika di balik penolakan perempuan untuk menduduki jabatan kargo kota. Oleh sebab itu insiatif yang berupaya untuk meningkatkan partisipasi politik perempuan adat di Amerika harus eksplor gagasan alternatif mengenai hak-hak untuk mendukung perjuangan kesetaraan gender.²²

Kesembilan, tulisan Christina Nyonya, Jeffrey J. Mengeras, dan Jason H. Windett (2018) dengan judul. Fokus pada penelitian ini adalah apakah perempuan dapat menginspirasi perempuan lain untuk

²¹ Kanthak, K., & Woon, J. Women Don't Run? Election Aversion and Candidate Entry. *American Journal of Political Science*, 59(3), (2015) 595–612. <http://www.jstor.org/stable/24583085>

²² WORTHEN, H. INDIGENOUS WOMEN'S POLITICAL PARTICIPATION: Gendered Labor and Collective Rights Paradigms in Mexico. *Gender and Society*, 29(6), (2015) 914–936. <http://www.jstor.org/stable/43670029>

terjun dalam dunia politik serta perempuan yang menduduki jabatan penting dalam politik akan berdampak langsung pada keterwakilan substansif perempuan melalui kebijakannya. Metode penelitian ini yaitu studi kualitatif. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa perempuan mempunyai kedudukan tinggi memberikan dampak positif terhadap kandidat perempuan. Dunia politik perlu keterwakilan perempuan. Selain dari kebijakannya yang pro terhadap perempuan, hal ini juga akan memperkuat suara politik perempuan dengan memotivasi perempuan untuk terjun ke dunia politik.²³

Kesepuluh, tulisan Tania Verge dan Maria de la Fuente (2014) dengan judul. Fokus pada penelitian ini adalah apakah reformasi yang menangani keterwakilan perempuan menghasilkan kekuasaan lebih besar untuk perempuan dalam partai politik, sehingga memberikan wawasan baru mengenai kuota gender transformatif dapat atau tidak untuk mendorong kesetaraan gender dalam politik. Hasil dari penelitian ini adalah meskipun pola distribusi jabatan yang tidak setara dapat diperbaiki secara efektif mulai kuota gender, solusi sederhana ini tidak dapat secara otomatis menumbangkan sumber informal utama kekuasaan laki-laki dalam organisasi partai. Saat perubahan dan kesinambungan berjalan beriringan, reformasi kuota gender adalah sebuah proses yang berlapis dimana beberapa elemen dinegosiasikan ulang sementara elemen lainnya tetap ada.²⁴

C. Kerangka Berpikir

Alasan penelitian, yang berasal dari tinjauan literatur, fakta, dan pengamatan, dikenal sebagai kerangka pikiran. Akibatnya, penelitian didasarkan pada hipotesis, postulat, dan konsepsi yang ditemukan dalam kerangka berpikir. Untuk memberikan landasan untuk mengatasi masalah saat ini, variabel penelitian dibahas secara menyeluruh dalam kerangka berpikir dan terbukti relevan dengan masalah yang sedang dipelajari. Ketika mengumpulkan dan mengevaluasi data di lapangan, kerangka berpikir penelitian kualitatif bersifat operasional; Ini dirancang sebagai skema. Aliran mental peneliti dapat dipahami sebagai berikut untuk menjelaskan:

²³ Ladam, C., Harden, J. J., & Windett, J. H. Prominent Role Models: High-Profile Female Politicians and the Emergence of Woman as Candidates for Public Office. *American Journal of Political Science*, 62(2), (2018) 369-381. <http://www.jstor.org/stable/26598735>

²⁴ Verge, T., & de la Fuente, M Playing with different cards: Party politics, gender quotas and women's empowerment. *International Political Science Review / Revue Internationale de Science Politique*, 35(1), (2018) 67-79. <http://www.jstor.org/stable/2457341>

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Gambar tersebut menunjukkan bagaimana seorang komunikator melakukan komunikasi politik, dalam melakukan komunikasi politik tersebut komunikator menggunakan berbagai strategi komunikasi politik. Strategi komunikasi politik bertujuan untuk memberikan dampak terhadap politisi perempuan supaya terpilih kembali dalam pemilihan legislatif.