

MEMBANGUN IMAGE PARTAI DI ATAS PANGGUNG DRAMATURGIS

Building Party Image on the Dramaturgical Stage

Faisyal

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Bung Karno

*Email: faisyal.chan@gmail.com

Abstract: *The public image of political parties has declined because corrupt, hedonistic, and self-serving conduct conflicts with political ethics and public expectations. This article uses a qualitative descriptive approach and Erving Goffman's dramaturgical perspective to examine how political parties manage their public appearance. The analysis shows that parties use mass media and social media as front-stage instruments to construct political images, influence public opinion, and support campaigns and propaganda. Such image management, however, does not necessarily correspond to backstage political conduct. Restoring public trust therefore requires consistency between communicated images, ethical behavior, and political practice.*

Keywords: Political image; Dramaturgy; Political parties; Mass media; Public opinion

Abstrak: Citra partai politik di mata masyarakat menurun karena perilaku koruptif, hedonistik, dan mendahulukan kepentingan partai bertentangan dengan etika politik serta harapan publik. Artikel ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan perspektif dramaturgi Erving Goffman untuk mengkaji cara partai politik mengelola penampilan publiknya. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa partai memanfaatkan media massa dan media sosial sebagai instrumen panggung depan untuk membangun citra politik, memengaruhi opini publik, serta mendukung kampanye dan propaganda. Namun, pengelolaan citra tersebut tidak selalu sesuai dengan perilaku politik di panggung belakang. Pemulihan kepercayaan publik karena itu menuntut konsistensi antara citra yang dikomunikasikan, perilaku etis, dan praktik politik.

Kata Kunci: Citra politik; Dramaturgi; Partai politik; Media massa; Opini publik

1. Pendahuluan

Penemuan teknologi yang merupakan bagian dari ilmu pengetahuan merupakan sebuah proses alami yang tidak bisa dilawan oleh umat manusia. Sebab, sudah menjadi kodrat manusia sebagai makhluk berpikir, dalam menjalankan roda kehidupan – mereka akan menemukan hal-hal baru. Termasuk dalam penemuan dan pengembangan teknologi komunikasi. Suka tidak suka manusia harus siap menerimanya. Bagi yang tidak siap menerima penemuan dan perkembangan teknologi – mereka akan tergilas oleh teknologi – hidup dalam keterasingan.

Teknologi yang berkembang cepat dan berdampak langsung terhadap kehidupan manusia adalah teknologi informasi. Teknologi informasi berhasil mengubah pola kehidupan dan pola interaksi masyarakat dan negara. Kehadiran teknologi informasi membuat interaksi manusia menjadi lebih cepat, efisien dan praktis. Akibatnya, interaksi langsung mulai ditinggalkan – karena dianggap sudah tidak praktis lagi.

Tidak hanya masyarakat, negara, perusahaan dan elemen lain yang menggunakan teknologi informasi. Partai politik kini juga menggunakan teknologi komunikasi dalam kegiatan politik dan komunikasi politik. Disadari oleh partai politik, di era digital sekarang – partai politik tidak bisa lepas dari teknologi komunikasi. Dalam berbagai kegiatan, partai politik kini menggunakan teknologi informasi. Mulai dari proses pendirian, pembuatan program, implementasi program, rekrutmen, sirkulasi elit dan meraih kekuasaan – partai politik menggunakan teknologi komunikasi. Termasuk dalam menjalankan fungsi pengawasan atau kontrol – partai politik menggunakan teknologi informasi.

Tidak hanya dalam menjalankan fungsi, dalam membangun citra politik. Partai politik menggunakan teknologi komunikasi. Fenomena ini menunjukkan, sekarang partai politik tidak bisa lepas dari teknologi komunikasi – termasuk di dalamnya media massa. Media massa sebagai anak dari teknologi komunikasi kini menjadi elemen terpenting dalam aktivitas partai politik. Termasuk dalam membentuk citra partai.

Bukanlah pekerjaan yang mudah membangun citra politik – jika partai politik gagal membangun citra politik, bisa berpengaruh dalam percaturan politik. Target-target partai politik, termasuk meraih kekuasaan dan menempatkan kader pada jabatan publik, dapat gagal.

Teori partai menguraikan, kehadiran partai dalam sistem politik adalah meraih kekuasaan. Sebuah partai gagal menempatkan kader-kader dalam lingkaran kekuasaan, berarti kegagalan tersebut gagal mengimplementasikan fungsinya. Ramlan Surbakti menjelaskan, fungsi utama partai politik adalah mencari, merebut dan mempertahankan kekuasaan.

Tujuan meraih kekuasaan adalah mewujudkan program-program yang telah disusun berdasarkan ideologi partai. Partai politik menjadi agen untuk menyebarkan ideologi, program dan kekuasaan. Cara yang digunakan partai politik dalam meraih kekuasaan adalah melalui mekanisme pemilu (Surbakti, 2010:149). Pemilu merupakan sistem pemberian kekuasaan yang paling baik dalam sistem demokrasi.

Kehadiran partai politik dalam sistem politik seperti seorang ibu yang berfungsi melahirkan anak. Begitu pula partai

politik, berfungsi melahirkan kader menjadi elit yang bekerja di eksekutif dan legislatif. Persoalannya, anak atau kader yang dilahirkan partai politik adalah kader (politisi) yang berperilaku buruk, yakni terlibat dalam kasus korupsi. Perilaku korupsi jelas akan berdampak negatif terhadap citra dan elektabilitas partai politik, bahkan dapat menurunkan citra partai politik.

Terseretnya sejumlah anggota legislatif dalam kasus korupsi menjadi pemicu pesimisme masyarakat terhadap partai politik. Proyek-proyek di kementerian dan pembahasan anggaran menjadi lahan praktik korupsi anggota legislatif. Perilaku korupsi selain terjadi pada tingkat pusat pun terjadi di tingkat daerah. Fenomena ini dapat dilihat dari kasus korupsi berjamaah anggota DPRD Sumatera Utara. 38 anggota DPRD Sumatera Utara periode 2009-2014 dan 2014-2019 merupakan bentuk korupsi massal. Ke-38 anggota DPRD Sumut periode tersebut diketahui menerima suap dari mantan Gubernur Provinsi Sumatera Utara, Gatot Pujo Nugroho. Suap itu terkait persetujuan laporan pertanggungjawaban Pemerintah Provinsi Sumatera Utara untuk Tahun Anggaran 2012-2014 oleh DPRD Sumatera Utara, Persetujuan Perubahan APBD Provinsi Sumatera Utara Tahun 2013-2014 oleh DPRD Sumut.

Kemudian terkait pengesahan APBD Sumatera Utara Tahun Anggaran 2014-2015 dan penolakan penggunaan hak interpelasi anggota DPRD Sumatera Utara pada 2015.

Anggota legislatif Sumatera Utara memanfaatkan kewenangan dan kekuasaan yang mereka miliki, lalu bekerjasama dengan pihak eksekutif, dalam hal ini Gatot Pujo Nugroho selaku gubernur untuk kepentingan kelompok. Kasus ini menunjukkan korupsi dilakukan secara massal dengan memanfaatkan pelaksanaan fungsi dan kewenangan legislatif. Wewenang yang dimiliki legislatif dijadikan sebagai pintu untuk melakukan kerjasama dengan eksekutif untuk kepentingan kelompok dan pribadi. Kongkalikong bertujuan untuk mengamankan kepentingan masing-masing, atau mengambil manfaat untuk kepentingan pribadi ataupun kelompok (Kompas.com, 2018). Di atas hanya salah satu contoh kasus korupsi yang dilakukan anggota legislatif. Cukup banyak kasus korupsi lain yang dilakukan anggota legislatif. Kasus korupsi E-KTP misalnya, juga melibatkan banyak politisi yang terlibat – termasuk eksekutif dan pengusaha. Fenomena korupsi sudah berlangsung lama – sampai sekarang fenomena tersebut tidak kunjung terurai. Jika tidak bisa diselesaikan, fenomena korupsi dapat menghancurkan kepercayaan masyarakat terhadap partai politik. Sebab, anggota legislatif dan eksekutif lahir dari partai politik.

2. Metode Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, penelitian memfokuskan pada cara partai politik membangun citra politik – hingga tercipta kembali kepercayaan masyarakat terhadap partai politik. Bukan pekerjaan mudah membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap partai politik.

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah adalah cara yang rasional, empiris dan sistematis. Begitu juga dalam penelitian ini. Di sini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif bertumpu pada berbagai

aliran, tradisi atau orientasi teori yang kesemuanya menekankan pentingnya pengembangan dan penyusunan teori yang ditandai oleh induktif empiris (Suyanto dan Sutinah, 2010:177). Pendekatan ini bertujuan untuk mengurai secara deskriptif dengan cara mengamati orang, lembaga atau objek penelitian yang berinteraksi dalam lingkungan sosial. Penelitian deskriptif akan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Dari uraian tersebut, penulis menguraikan cara partai politik menaikan citra politik.

Dalam pandangan penelitian kualitatif, gejala itu bersifat holistik (menyeluruh, tidak dapat dipisah-pisahkan), hingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti yang meliputi aspek tempat, pelaku dan aktivitas yang berinteraksi (Sugiyono, 2014:287). Karena gejala dalam penelitian kualitatif bersifat luas, penelitian ini membatasi objek kajian pada cara partai politik meningkatkan citra melalui pengelolaan panggung dramaturgis.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Panggung Dramaturgis Partai Politik

Partai politik akan semakin mudah mengimplementasikan program – bila ia berhasil menempatkan kader-kadernya menduduki jabatan politik. Namun, bukan pekerjaan mudah meraih kekuasaan ditengah-tengah menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap partai politik. Yang disebabkan karena antara realita politik dan ide (program) politik berjalan linier.

Di satu sisi, partai politik berkampanye anti korupsi – namun di sisi lain partai politik melakukan tindakan korupsi. Kasus pilkada serentak 2018, menjadi bukti nyata ada tindakan korupsi dilakukan partai politik. Terjadi transaksional politik antara partai politik dengan kandidat yang disebut mahar politik. Itu memberikan kesan ada tindakan korupsi dilakukan oleh partai politik. Mahar politik bukanlah peristiwa baru, peristiwa ini sudah berlangsung lama dan sudah menjadi rahasia umum, tapi tidak pernah tersentuh sama hukum.

Partai politik di Indonesia seperti memiliki dua wajah. Satu sisi berwajah baik – sisi lain berwajah buruk. Di satu sisi teriak anti korupsi – di sisi lain mereka melakukan tindakan korupsi. Kasus pilkada Jawa Timur 2018 misalnya, La Nyalla Mahmud Mattalitti, Ketua Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Jawa Timur yang mau maju melalui Partai Gerindra membeberkan bahwa ia diminta oleh tim Partai Gerindra uang mahar sebesar Rp40 miliar (Tribunnews.com, 2018).

Untuk melihat fenomena dua wajah partai politik di atas penulis menggunakan teori dramaturgis dari Erving Goffman. Dramaturgis adalah sandiwara kehidupan yang disajikan oleh manusia (Arrianie, 2010:35). Dramaturgis merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami penggunaan simbol-simbol dalam dunia sosial.

Pendekatan ini, selain digunakan untuk melihat dunia sosial – pun bisa digunakan terhadap politik. Pendekatan dramatisme yang dikenalkan pertama kali oleh Kenneth Burke pada awal tahun 1950-an menyatakan, bahwa interaksi manusia dapat digambarkan sebagai sebuah drama. Menurutny, hubungan antara kehidupan dan teater bersifat literal bukan metafora. Dramaturgi sejatinya adalah sebuah perspektif sosiologi yang menitikberatkan pada manajemen dalam kehidupan sehari-hari.

Goffman melalui teori dramaturgi mencoba membandingkan dunia manusia dengan dunia teater, serta menggambarkan perbandingan antara manusia di kehidupan nyata dengan para pemain atau pemeran di atas panggung. Pendekatan Goffman sangat pas untuk melihat tingkah laku partai politik di Indonesia. Termasuk melihat sikap-sikap politik para politisi. Tidak sedikit politik yang memiliki dua sikap. Di depan masyarakat mereka bersikap seperti orang bersih – di belakang masyarakat melanggar etika politik. Termasuk gaya hidupnya yang hedonis, bertentangan dengan realitas sosial masyarakat yang mereka wakili – hidup dalam kemiskinan.

Menurut Goffman ada dua wilayah kehidupan sosial, pertama wilayah depan (front region), kedua wilayah belakang (back region). Wilayah depan merupakan tempat atau peristiwa sosial yang memungkinkan individu menampilkan peran formal atau bergaya layaknya aktor yang berperan. Sementara wilayah belakang merupakan tempat untuk mempersiapkan peran, seperti kamar rias atau ruang latihan sebelum pemain tampil di panggung depan.

Wilayah front mencakup setting, dan personal front (penampilan diri), serta expressive equipment (peralatan untuk mengekspresikan diri). Sedangkan bagian belakang adalah the self, yaitu semua kegiatan yang tersembunyi untuk melengkapi keberhasilan acting atau penampilan diri yang ada pada front. Pada wilayah depan itulah para pemain memiliki kesempatan untuk menciptakan citra atas pertunjukannya yang skenarioanya sudah diatur sedemikian rupa dan berbeda jauh dengan apa yang terjadi di belakang. Selain oleh diri sendiri, setting juga bisa menggunakan konsultan politik – hingga penampilan bisa menimbulkan daya tarik dan memengaruhi pandangan masyarakat.

Kajian dramaturgi yang dikembangkan oleh Goffman bukan hanya untuk mengkaji tentang individu sebagai bagian dari relasi sosial dalam masyarakat.

Dalam hal ini, Goffman juga mengkaji kelompok. Selain membawakan peran dan karakter secara individu, aktor-aktor sosial juga berusaha mengelola kesan orang lain terhadap kelompoknya, baik itu keluarga, tempat bekerja, partai politik, atau organisasi lain yang mereka wakili. Semua anggota itu oleh Goffman disebut “tim pertunjukan” (performance team) yang mendramatisasi suatu aktivitas. Namun demikian, Goffman tidak memusatkan perhatiannya pada struktur sosial saja, dia lebih tertarik pada interaksi tatap muka atau kehadiran bersama (co-presence).

Menurut Goffman, individu dapat menyajikan suatu pertunjukan (show) pada orang lain, tapi penilaian yang diterima tidak selalu sama, bisa berbeda.

3.2 Membangun Citra Politik

Untuk membangun kembali kepercayaan masyarakat, partai politik melakukan pengelolaan citra politik.

Partai politik melakukan citra politik. Citra politik adalah konstruksi atas representasi dan persepsi masyarakat terhadap partai politik atau individu mengenai semua hal yang terkait dengan aktivitas politik. Perlu diingat, citra politik tidak selalu mencerminkan realitas objek. Suatu citra politik juga dapat mencerminkan hal yang tidak nyata (Firmanzah, 2008:229–230). Dengan begitu berarti citra politik dapat diciptakan, dibangun dan diperkuat oleh partai politik atau individu. Membangun opini publik tidak berdasarkan fakta. Dalam dunia politik praktis kegiatan seperti ini sudah menjadi keharusan. Bila tidak dilakukan akan berpengaruh terhadap elektabilitas partai politik.

Citra politik yang bagus akan memberikan efek positif terhadap partai politik ketika pemilu. Semakin sempurna citra politik maka bagus persepsi yang diterima masyarakat (Firmanzah, 2008:231). Karena sudah terjadi perubahan persepsi terhadap partai politik tersebut. Di masyarakat tradisional, citra politik sangat mudah diterapkan, karena kesadaran politik mereka masih rendah. Rendahnya kesadaran politik masyarakat memberikan ruang pada partai politik untuk melakukan kesalahan atau penyimpangan-penyimpangan kembali. Fenomena pencitraan politik sebuah kenyataan yang menyedihkan – sebab berpengaruh pada kelangsungan demokrasi dan tatanan hidup bernegara – termasuk dalam pemerintahan.

Firmanzah dalam bukunya *Marketing Politik* menjelaskan ada empat hal yang harus dibangun saat membentuk citra politik. Pertama, membangun citra politik membutuhkan waktu lama, tidak bisa dalam waktu singkat. Masyarakat membutuhkan rentang waktu yang panjang bisa menerima pesan dari partai politik.

Kedua, membangun citra politik membutuhkan konsistensi dari partai politik, seperti platform partai, program kerja, reputasi pemimpin partai, latar belakang partai yang selama ini tenggelam dibangkit kembali. Ketiga, membangun pesan dan kesan pada masyarakat – apa saja yang telah dilakukan partai politik. Keempat, citra politik terdapat dalam kesadaran masyarakat yang berasal dari memori kolektif.

Semua yang dilakukan partai tidak begitu saja hilang dalam memori masyarakat.

Sarana yang sering digunakan partai politik dalam membangun atau pembentuk citra politik adalah media massa. Politik sering menempatkan media massa sebagai alat untuk membangun citra diri. Hal ini dimungkinkan ketika media memiliki kekuatan penuh untuk memutuskan informasi mana yang seharusnya diketahui atau tidak diketahui publik.

Kondisi tersebut menempatkan media sebagai pembentuk citra baru bagi individu atau lembaga. Fakta telah berubah menjadi komoditas yang mudah dikemas, didaur ulang dan dimaknai kembali. Maka wajar jika hampir seluruh media memberitakan hal yang sama dan dari sumber berita yang sama. Seperti halnya pemberitaan masalah kegiatan partai politik. Terutama media yang dimiliki oleh politisi – pemberitaan cenderung berulang dan sama.

Media massa memiliki kekuatan luar biasa dalam dunia modern mengingat perannya dalam mempengaruhi opini dan kebijakan publik melalui informasi, reportase, ulasan dan investigasi yang disajikan sangat kuat. Kekuatan media massa dalam mempengaruhi khalayaknya sangat kuat, dapat menjadikan sebuah partai politik maupun aktor politik yang ada di dalamnya mempunyai citra negatif atau positif. Melalui berbagai berita dan iklan – masyarakat menjadi terpengaruh dan terpedaya.

Berbicara mengenai strategi pencitraan, tak dapat dilepaskan dari peran media massa dalam kapasitasnya memberikan kepada publik serta memberi citra dari aktivitas para aktor politik. Perilaku partai politik menjadi konsumsi masyarakat.

Di sini peranan framing maupun agenda setting menjadi penting. Karena agenda media merupakan agenda publik, artinya publik disodorkan headline berita yang memang telah diagendakan oleh media untuk menjadi berita utama. Dalam posisi sebagai konsumen – masyarakat tidak punya kekuatan untuk melawan media massa.

Hal ini menunjukkan bahwa peranan media massa dalam aspek kehidupan politik sangatlah besar. Tidak mengherankan jika media massa digunakan untuk berbagai tujuan – termasuk tujuan politik. Pada proses sosialisasi politik telah menggeser agen sosialisasi politik tradisional, seperti gereja, masjid, teman dan tetangga atau lingkungan. Media massa sudah menjadi guru, orang tua juga menjadi agama bagi masyarakat industri atau masyarakat saat ini (Subiakto dan Ida, 2014:108–109). Bahkan di beberapa negara, seperti Turki dan Mesir, media massa menjadi agen penggerak perubahan politik dan perlawanan.

Penjelasan ini menunjukkan peran media massa dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat dalam interaksi politik sangat kuat. Begitu pula partai politik di Indonesia – media massa memfasilitasi diri menjadi agen komunikasi politik partai. Menyampaikan pesan untuk kepentingan partai – walau antara pesan dengan fakta yang terjadi berbeda. Dengan kemampuan dalam menyebarkan informasi secara luas membuat pesan politik disalurkan melalui media massa tersebar luas dan cepat. Tujuan utama dari komunikasi partai politik adalah pesan politik, program kerja partai dan pencitraan (Firmanzah, 2008:32). Semakin besar media massa menjangkau masyarakat, semakin luas pesan partai politik yang diterima masyarakat.

Apa lagi di era sekarang, kehadiran teknologi digital yang melahirkan media digital semakin menguatkan posisi media massa. Meski terjadi pergeseran dari media konvensional ke media digital. Namun peranannya tidak berubah – malah semakin kuat. Media massa sekarang menjadi kekuatan baru dalam sistem politik.

Karena sebaran dan penggunaannya semakin luas, dan tanpa batas. Tidak seperti media konvensional yang terbatas dan membutuhkan biaya yang cukup mahal. Karena murah dan praktis, membuat media digital semakin masif. Begitu pula dengan media digital – lebih masif dari media konvensional. Apa lagi sejak media digital melahirkan new media atau media baru (Jinan, 2013). Menurut Silih Agung Wasesa, kehadiran media baru berbasis digital membuat informasi politik tidak hanya semakin masif, tetapi juga terdistribusi dengan cepat dan bersifat interaktif. Dengan karakteristiknya itu, tidak sedikit aktor politik di sejumlah negara memanfaatkan media sosial alat komunikasi politik – untuk mempengaruhi masyarakat dan menyampaikan agenda-agenda politik. Media sosial juga digunakan oleh aktor politik untuk alat propaganda dan kampanye (Venus, 2014:7). Partai politik di Indonesia sudah banyak yang memiliki akun Facebook, Twitter, dan YouTube, di samping website resmi partai politik (Anshari, 2013:92).

Pengaruh media sosial dalam dunia politik khususnya dalam hal komunikasi politik, terutama dalam kampanye pemilu sangat besar. Kehadirannya menjadi penting bagi institusi politik dalam komunikasi politik yang berbasis media sosial, terutama dalam kampanye pemilu. Media sosial selanjutnya menggambarkan sebagai sarana ideal dan basis informasi untuk mengetahui opini publik tentang kebijakan dan posisi politik, selain untuk membangun dukungan komunitas kepada politisi yang tengah berkampanye. Sejumlah penelitian menunjukkan, politisi di seluruh dunia telah mengadopsi media sosial untuk menjalin hubungan dengan konstituen (Anshari, 2013:93). Ini terbukti dalam pemilu presiden di Amerika Serikat.

Presiden terpilih Amerika Serikat, Donald Trump, mengatakan bahwa media sosial menjadi salah satu kunci dalam mengalahkan Hillary Clinton pada pemilihan presiden Amerika Serikat. Dalam cuplikan wawancara dengan program 60 Minutes di CBS, Donald Trump mengatakan akan terus menge-tweet melalui akun pribadinya, @realDonaldTrump. Menurut Trump, media sosial merupakan "bentuk modern dari komunikasi" (Kompas.com, 2016).

4. Kesimpulan

Dalam melihat sikap dan interaksi partai politik Indonesia, seperti memiliki dua wajah. Di depan seolah-olah baik sementara di belakang berperilaku tidak baik.

Tindakan dan sikap politik sering bertentangan dengan etika politik. Goffman menyebutnya dramaturgi. Kasus ini menjadi beban bagi partai politik dalam meraih kekuasaan. Karena kepercayaan masyarakat sudah mulai turun terhadap partai politik.

Bukan pekerjaan mudah untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap politik. Untuk mengembalikan

kepercayaan masyarakat, partai politik menggunakan media massa termasuk media sosial sebagai alat untuk membangun citra. Kini semuanya partai politik sudah mempunyai akun Instagram, Twitter, Facebook dan akun media sosial lain bahkan partai politik sudah punya media online sendiri yang dikelola secara profesional.

Penggunaan media baru sebagai alat pembentukan citra dapat mendorong atau mempengaruhi masyarakat. Sebab, masyarakat sekarang umumnya punya akun media sosial. Menggunakan telepon genggam pintar – mereka bisa mengakses informasi di mana dan kapan saja. Ruang inilah yang diambil oleh partai politik.

Keberhasilan penggunaan media sosial sebagai alat pembentukan citra – sudah terbukti di Amerika Serikat. Kemenangan Donald Trump dalam pemilu Amerika Serikat tak lepas dari penggunaan media sosial. Media massa termasuk di dalamnya media sosial dapat mengubah opini publik dari yang tidak setuju, bisa berubah menjadi setuju. Dari yang tidak simpati menjadi simpati. Itu karena media massa mampu mempengaruhi kognitif manusia.

Daftar Pustaka

Buku

- Arrianie, Lely. 2010. *Komunikasi Politik: Politisi dan Pencitraan di Panggung Politik*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Budiardjo, Miriam. 1981. *Partisipasi dan Partai Politik: Sebuah Bunga Rampai*. Jakarta: PT Gramedia.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Firmanzah. 2008. *Mengelola Partai Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Subiakto, Henry, dan Rachmah Ida. 2014. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, Ramlan. 2010. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Suyanto, Bagong, dan Sutinah, ed. 2010. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Venus, Antar. 2014. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Artikel Jurnal

- Anshari, Faridhian. 2013. “Komunikasi Politik di Era Media Sosial.” *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Jinan, Muthoh. 2013. “Intervensi New Media dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia.” *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(2).

Sumber Daring

- Kompas.com. 2016. “Media Sosial Kunci Kemenangan, Donald Trump Akan Terus Nge-tweet.” 13 November 2016.
- Kompas.com. 2018. “KPK: Kasus 38 Anggota DPRD Sumut Tunjukkan Korupsi Dilakukan Massal.” 3 April 2018.
- Tribunnews.com. 2018. “Blak-blakan! Gerindra Tanggapi Pernyataan La Nyalla Soal Prabowo.” 12 Januari 2018.

