



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Desain Logis Komunikasi Publik Dan Pemerintahan (Perspektif Daniel O’Kaffee dalam menilik Pidato Pertama Anies di Panggung Pemerintahan DKI Jakarta)

Lely Arrianie

Program Magister Komunikasi Universitas Bengkulu, Indonesia

lelyarrianie2gmail.com

Abstract

It can not be denied that, Anies Baswedan's speech after he was inaugurated as Governor of DKI Jakarta on October 16, 2017 has raised the pros and cons. The term "native" became the trigger of the pros cons. Debate over Anies's speech content soon spread to social media, including in other mainstream media. Become a trending topic and like splitting people not haanya in DKI Jakarta. In fact, seen from the substance of the whole speech that is enough to represent his choice as a hope (hope) and at the same time offer change (change), but when it comes to unity (unity) precisely the word "pribumi" to be contradictory to the speech delivered by Anies in part previous. That's what makes Anies's speech interesting to examine, especially how public officials who become central figures in a government exchange their political messages as political communicators. How the public interpret the message behind the speech should be.

Keywords: Logical design, public and government communication, political communicator

Abstrak

Tidak dapat dipungkiri bahwa, pidato Anies Baswedan pasca dilantiknya ia menjadi Gubernur DKI Jakarta tanggal 16 Oktober 2017 telah menimbulkan pro dan kontra. Istilah “pribumi” menjadi pemicu pro kontra itu. Perdebatan tentang isi pidato Anies pun segera merebak di media sosial, termasuk di media *mainstream* lainnya. Menjadi *trending topic* dan seperti membelah masyarakat tidak haanya di DKI Jakarta. Padahal, dilihat dari substansi keseluruhan pidato itu cukup mewakili untuk menjadikan keterpilihannya sebagai sebuah *hope* (harapan) dan sekaligus menawarkan perubahan (*change*), tapi ketika sampai pada *unity* (kesatuan) justru kata “pribumi” menjadi kontradiktif terhadap pidato yang disampaikan Anies dalam bagian bagian sebelumnya. Itulah yang membuat pidato Anies menarik untuk ditelisik, terutama bagaimana pejabat publik yang menjadi figur sentral dalam suatu pemerintahan mempertukarkan pesan politiknya sebagai komunikator politik. Bagaimana publik memaknai pesan dibalik pidato itu seharusnya.

Kata kunci : Desain Logis, komunikasi publik dan pemerintahan, komunikator politik

Copyright © 2017 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved

Pendahuluan

Komunikasi politik verbal yang diungkapkan seorang atau sekelompok komunikator politik,

memiliki konteks yang jauh lebih luas dari sekedar makna yang diungkapkan lewat komunikasi non verbal, termasuk dalam bahasa “diam”. Karena diam

pun dalam komunikasi politik bisa dimaknai sebagai komunikasi.

Bahasa politik seorang pejabat publik jika dilihat dari teks dan konteks serta diksi yang diungkapkan, menurut Nimmo bisa dilihat dari berbagai kategori, yakni ‘substansi’ dari informasi yang dihadirkan, “setting” dimana informasi disebarkan, dan atas dasar “fungsi” yang dijalankan. (Nimmo;2010, 16).itu soal maka etika komunikasi politik membatasi bahwa pejabat tidak boleh mengkategorisasi, membatasi, mengelompokkan, membuat dikotomi atas dasar justifikasinya sendiri terhadap situasi sosial kemasyarakatan yang mengarah kepada pembelahan masyarakat. Dalam catatan Joko santoso, peneliti budaya, media, bahasa dan sastra dari universitas Sarjanawiyata taman Siswa Yogyakarta menyatakan :” Indonesia pernah mencatat istilah dengan unsur kejam dan tajam “ misalnya “cina” untuk legitimasi “bukan pribumi Indonesia” sekaligus disertai beragam kekerasan sekitar mei 1998, padahal pribumi Indonesia masih dalam tanda tanya dari etnis mana, berasal darimana. (kompas, 2 September 2017, hal 7).

Tulisan Joko santoso muncul jauh sebelum pidato pertama pasca dilantikannya Anies menjadi Gubernur DKI Jakarta tanggal 16 Oktober 2017, pidato itu sempat mengejutkan dunia maya dan dunia nyata, Istilah “pribumi” yang dinyatakan Anies telah membelah persepsi masyarakat, ada yang menganggapnya biasa saja, tapi ada yang menganggap bahwa pengungkapan istilah itu mengingatkan sebagian pendengar juga tentang fenomena pembelahan dukungan pada saat kampanye yang berkaitan dengan isu sara., ungkapan Anies telah membelah mereka menjadi gelisah , dan terbelah dalam pro dan kontra itu, jadi persepsi masyarakat terlihat memang terbelah dilihat dari banyaknya tanggapan yang berbeda terutama di media sosial.. Bahasa politik itu serta merta menimbulkan perdebatan tidak lagi pada substansi pidato secara keseluruhan, tapi mengarah pada interpretasi hanya pada kata “pribumi” yang diungkapkan Anies.

Ini semua akhirnya mengisyaratkan bahwa, bahasa politik yang dikomunikasikan telah menimbulkan persepsi yang tidak sama di kalangan khalayak pendengar, persepsi yang berbeda dari

persepsi komunikator ketika pesan itu ia sampaikan. Apakah ini bisa dikategorikan telah terjadi kegagalan komunikasi politik Anies dipidato pertamanya, ataukah terjadi kesalahan dalam mendesain pesan sehingga persepsi khalayak bergeser dari persepsi komunikator , ataukah retorikanya yang menjadikan pesan itu menjadi berbeda. / untuk menjawab pertanyaan ini maka ada beberapa perspektif digunakan untuk melakukan pendekatan dalam menganalisisnya antara lain:

Kerangka Teori

1. *Messege Design Logic*

Teori ini adalah bagian dari komunikasi dari kognitif yang dikembangkan oleh Daniel.O. Kafee, dan berasal dari pendekatan komunikasi organisasi (1988). Kafee mengembangkan pendekatannya untuk memahami berbagai dilema yang dihadapi komunikator ketika berhadapan dengan konflik atau konfrontasi dengan orang lain, jadi komunikasi digagas sejak mulai proses pembentukan pesan.;

Dalam logika Kafee setiap perancangan pesan harus memuat 3 kategori yakni (1). *Expressive Messege Logic* (2). *Convensional design logic*. (3). *Rethorical Messege design Logic*. Semua bisa dibaca sendiri sendiri, juga bisa bersma- sama dalam mendesain pesan komunikasi.

Pidato Anies Baswedan tanggal 16 Oktober 2017 yang disampaikannya pasca pelantikannya memenuhi unsur dan ketiga kategori itu, bahwa sebagai pejabat publik, sebagai pemimpin dari sebuah pemerintahan, Anies diharapkan mampu menyampaikan pidatonya dengan menampilkan substansi pidatonya, terutama yang berkaitan dengan keberadaannya sebagai pemimpin, sebagai kepala pemerintahan yang mewadahi semua kepentingan, termasuk kepentingan dari orang-orang yang bahkan tidak memilihnya, karena yang tidak memilihpun adalah bagian dari masyarakat yang dipimpinnya, jadi, tidak perlu ada satu kalimatpun yang bisa ditafsirkan berbeda dari khalayak sasaran, antara yang memilih dan yang tidak memilih yang akhirnya mendikotomikan, mengelompokkan dan membelah masyarakat yang akan menjadi bagian dari pemerintahan dan peran kepemimpinan yang akan dikelolanya. .

Disisi lain, dilihat dari *setting* misalnya, pidato itu bukan menempati *setting* panggung politik kemenangan, tetapi pidato pasca pengukuhan, ini artinya segala bentuk rivalitas, pembelahan, dan jejak jejak propaganda kampanye haruslah dilepaskan jauh jauh, dibuang dan dilupakan, karena *euforia* kemenangan sudah digantikan dengan simbol kepemimpinan yang mengharuskan Anies menempatkan *positioning* politiknya sebagai “pengayom” untuk semua.

Setting itu seharusnya dimanfaatkan sepenuhnya oleh Anies untuk mengukuhkan keberadaan dirinya, menjadi “simbol perekat” dari semua perbedaan yang ada selama kampanye. Ia harus menunjukkan kosakata politik dan sikap keberpihakan kepentingan untuk semua, sesuai slogan yang diusung “maju kotanya, bahagia warganya”

Demikian juga jika dilihat dari “fungsi” yang dijalankan, bahwa sejak saat ia dilantik, lalu menyampaikan pidato politik pertamanya, maka secara politis dan hukum kapasitas Anies sudah dibalut oleh peran yang harus difungsikannya . yakni Gubernur untuk semua. Jadi, jika fungsi itu disalah artikan, dengan cara menempatkan masyarakat dalam kelompok yang terdikotomikan, maka fungsi peran itu akan menjadi tidak efektif kedepannya, terutama dilihat dari persepsi kelompok masyarakat yang tidak mendukung dan memilihnya.

Untuk melihat bagaimana seharusnya masyarakat menempatkan pidato pertama Anies itu dalam konteks intrapersonal masyarakat dan juga sekaligus dilihat dari intrapersonal Anies sendiri, maka melalui pernyataan yang disampaikannya pasca munculnya pro dan kontra atas pidatonya itu. Maka perspektif O’Kafee tentang; *expressive message logic*, menurut penulis akan mampu melihat bagaimana pola yang fokus pada cara komunikator politik mengirimkan pesan, dan sekaligus mengekspresikan *positioning* dirinya,

2. *Expressive Message Logic*

Dalam pandangan O’ Kafee, mereka yang memegang prinsip ini, cenderung memandang komunikasi semata mata sebagai pengiriman perasaan dan pikiran dirinya kepada orang lain. Sehingga orang tersebut cenderung mengalami

kesulitan untuk bisa menahan agar tidak mengeluarkan apa yang dipikirkannya.

Jika dilihat dari sisi positif, sebenarnya tipologi ini selalu memandang bahwa keterbukaan, kejujuran dan kejelasan merupakan unsur yang demikian penting dalam komunikasi. Namun, disisi lain penganut tipologi ini cenderung tidak mempercayai strategi apapun yang dilakukan oleh orang yang melakukan pertukaran pesan politik dengannya.

Jadi, sebagai komunikator politik ia cenderung hanya memberikan sedikit perhatian pada konteks, dan termasuk kesesuaian antara konteks dengan perilaku tertentu. Mereka juga merasakan tekanan untuk mengatakan apa yang ada dipikiran mereka dalam kapasitasnya sebagai komunikator politik.

3. *Conventional design logic*

Para komunikator politik penganut perspektif ini, biasanya memandang komunikasi sebagai suatu permainan berbasis aturan yang dilakukan dengan cara bekerjasama, ada kecenderungan penganut perspektif ini bahwa mereka akan selalu memberikan penekanan pada kesesuaian, bahwa setiap komunikator politik akan memandang konteks komunikasi, bahwa komunikasi akan sangat berperan dalam memandu berbagai perilaku, karena itulah maka mereka cenderung menekankan upaya untuk melakukan hal yang benar dalam berbagai situasi yang berkesesuaian,

Sikap, perilaku dan ungkapan yang benar itu harus bisa terus terjaga, karena itu, apapun aturan yang ada akan mereka ikuti, sebagai komunikator politik mereka semata-mata berusaha untuk melakukan hal yang benar.. Kebenaran dan kesesuaian menjadi irama pengendali dalam perilaku komunikasi penganut paham ini.

4. *Rethorical message design logic*

Para penganut perspektif ini selalu menganggap bahwa, komunikasi merupakan alat yang paling ampuh untuk menciptakan berbagai situasi dan menegosiasikan berbagai tujuan yang dikomunikasikan, dengan demikian pendekatan ini selalu mengedepankan fleksibilitas, kepuasan dan sekaligus ketrampilan komunikasi dibandingkan dengan ekspresi diri dan kesesuaian sosial.

Bagi mereka penganut perspektif ini, akan menempatkan dirinya sebagai komunikator politik yang akan selalu memperhatikan dan terus memberikan perhatian pada komunikasi yang dilakukan orang lain, itu dilakukan untuk mengetahui sudut pandang orang lain, karena itu komunikator politik tipe ini akan terus mencoba mengantisipasi dan mencegah berbagai permasalahan yang akan timbul dari apa yang akan, sedang dan telah dikomunikasikannya, itu dilakukan dengan cara, mendefenisikan kembali situasi, guna mencapai manfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam interaksi dan komunikasi politik itu.

Metode

Penulisan Makalah ini menggunakan pendekatan intersubjektif kualitatif. Pendekatan ini lazim digunakan sebagai sebuah pendekatan awal untuk merancang penelitian yang lebih terukur, dan dalam banyak kategori, pendekatan ini juga bisa dilakukan dalam rangka pra penelitian, sehingga berbagai kategori intersubjektif dalam mempersepsi sebuah fenomena komunikasi politik dan sosial bisa diidentifikasi,

Pendekatan intersubjektif juga lazim diikuti dengan proses *member check*, yang dikenal dalam penelitian kualitatif. dengan demikian, tiap orang yang terlibat untuk mempersepsi sebuah fenomena komunikasi politik akan dapat menilik kembali persepsi yang diketengahkannya dalam menyikapi persoalan atas sebuah pertukaran pesan komunikasi politik.

Penentuan informan untuk memperoleh berbagai informasi dalam penulisan makalah ini dilakukan dengan berpedoman pada apa yang dikemukakan oleh Bogdan dan Taylor (1993:165) bahwa : a).Haruslah dipertimbangkan subjek yang mau menerima kehadiran peneliti secara lebih baik dibanding dengan yang lainnya; b) Harus dipertimbangkan kemampuan dan kemauan mereka untuk mengutarakan pengalaman pengalaman masa lalu dan masa sekarang mereka; c) Siapa yang dianggap menarik bagimu sebagai peneliti, misalnya yang memiliki pengalaman khusus.; d). Akan lebih bijak jika di hindari penseleksian subjek yang memiliki hubungan profesional dan hubungan

khusus lainnya, yang telah mempunyai asumsi-asumsi atau praduga khusus yang bisa mewarnai penafsiran mereka terhadap apa yang diungkapkan.

Berdasarkan pedoman itu, maka informasi tentang apa yang dikaji dalam tulisan ini diperoleh dari para tokoh dan pakar yang mengemukakan pandangannya di media *mainstream* dalam dialog di media massa serta beberapa mahasiswa yang tengah mengikuti studi komunikasi politik.

Hasil dan Pembahasan

Membaca riak pro kontra yang muncul pasca pidato pertama Anies Baswedan usai pelantikannya sebagai Gubernur DKI Jakarta, tentulah menarik untuk melihat bagaimana persepsi dan apresiasi publik dalam menyikapi pidato itu, dalam sebuah pertemuan di media Nasional, dimana penulis menjadi narasumbernya, penulis mencoba menggali persepsi publik yang diwakili oleh jurnalis media tentang isi pidato anis pertama yang menggunakan istilah “pribumi” secara spontan jurnalis itu mengatakan : “ mungkin Anies lupa bahwa hari itu bukan pidato kemenangan, tapi pidato pelantikan, sehingga kegembiraan berhasil mengalahkan lawan tanding terus disikapinya untuk dimasukkan dalam pidato hari pertamanya sebagai Gubernur” (Oktober 2017).

Disamping jurnalis tersebut. Duduk tokoh politik yang menjadi anggota partai politik pendukung Anies, diapun memberikan tanggapannya: “ saya kira kalau dibaca secara keseluruhan, bukan itu substansi pesan Anies, tapi soal perjuangan melawan penjajahan.” (Oktober 2017).

Seorang pengamat politik yang biasa berseliweran di media Nasional juga memberikan responnya atas pidato Anies : “ nah .. akhirnya anies menimbulkan pro kontra bukan ?seandainya dari keseluruhan pidatonya tidak menyisipkan kata yang bisa disalah artikan, saya pikir tidak akan terjadi perdebatan seperti ini dalam merespon pidato itu, paling tidak perdebatan akan hanya mengarah kepada soal bagaimana ia akan menjabarkan janji kampanyenya.” (Oktober 2017).

Tiga pendapat diatas, memberi gambaran bahwa betapa sebagai Komunikator politik yang mempertukarkan pesan politiknya melalui pidato

dihari pertama pasca pelantikannya, Anies telah berhasil membuat masyarakat mempersepsi dalam pola pandangan yang bertolak belakang, ini jauh yang diharapkan dari kehadiran Anies sebagai pemimpin baru yang bisa meninggalkan perdebatan isu yang mewarnai kampanye pilkada DKI yang telah membuat masyarakat terbelah dalam peta dukungan yang tidak lagi bisa dibaca dalam konteks yang biasa biasa saja. Ada pembelahan masyarakat tidak sekedar berdasarkan etnis, tapi juga agama, lalu pidato itu menyisakan perdebatan perbedaan pada isu lain yakni kelompok yang pribumi dan non pribumi.

Apa disajikan anies dalam pidatonya itu jika ditilik dari pendekatan Kaffe menunjukkan bahwa Anies tengah bermain diranah *expressive design logic*, dimana dalam pandangan Kaffe menyatakan bahwa :” mereka yang memegang prinsip ini, cenderung memandang komunikasi semata mata sebagai pengiriman perasaan dan pikiran dirinya kepada orang lain. Sehingga orang tersebut cenderung mengalami kesulitan untuk bisa menahan agar tidak mengeluarkan apa yang dipikirkannya.”

Kata “bermain” di ranah *expressive design logic*, senagaja penulis pilih untuk menekankan, bahwa pidato Anies tidak sekedar dimaknai sebagai penyajian bahasa politik di panggung depan, padahal seperti yang di gagas Goffman dalam bukunya” *The presentation of self in everyday life*” (1959), Goffman menganggap bahwa di wilayah panggung depan, semua perilaku dan kata2 tidak layak dilarang ditampilkan, dia harus steril dari penonton atau audiens” ini artinya istilah bermain dilakukan Anies semula adalah untuk menunjukkan respon khalayak yang menurutnya bisa “positif” karena ia berusaha menunjukkan keberpihakannya kepada masyarakat yang mungkin menganggap dirinya belum merdeka,

Tetapi konteks kemerdekaan itu ternyata tidak masuk melodinya untuk sebuah pidato pelantikan, karena boleh jadi ditafsirkan dengan pelantikan dan kemenangannya maka sekarang rakyat telah merdeka, sama artinya Anies menjustifikasi bahwa pemimpin sebelumnya telah membuat rakyat tidak merdeka alias terjajah.

Barangkali jika Anies mengungkapkan itu dikalangan terbatas di panggung tengah (meminjam istilah Lely arrianie dalam Bukunya Komunikasi

Politik, Politisi dan Pencitraan di panggung Politik: 2010) Konteks penggunaan diksi “primusi tidak akan mengakibatkan persepsi yang bertentangan sedemikian hebat. Apalagi pidato itu dipersiapkan sedemikian rupa sebelumnya oleh Anies sendiri. Ini artinya sebelum pidato itu di verbalkan ada proses negosiasi antara pikiran dan perasaan untuk menumpahkan logika dan nalarnya berdasarkan realitas dan situasi sosial dan politik yang dihadapinya (Gelfand& Brett : 2004). Sehingga persepsi publik tidak harus terbelah demikian tajam dan menyisakan perdebatan di media sosial dan mainstream (Simons : 1976)

Barangkali juga Anies tidak pernah tau bahwa satu kata itu akan menimbulkan perbedaan persepsi ditengah masyarakat yang dipimpinnya termasuk yang tidak dipimpinnya, persepsi itu menngelinding hanya karena persoalan memilih sebuah kosa kata politik, dan pilihan itu membelah persepsi individu sekaligus kelompok (Taguiri & Petruccio : 1958).

Barangkali juga cara anies menanamkan merk dan menjual dirinya secara politis melalui ide diksi yang dianggap mewakili justru tidak mewakili, sehingga menimbulkan kegagalan dalam menanamkan merk jabatan politiknya sebagai orang yang telah menduduki jabatan sebagai pemimpin politik, dalam analisis Firmanzah : 2007) mungkin masuk kategori kegagalan melakukan *Push marketing*.

Jadi, persoalan diksi dan istilah “pribumi” sebenarnya bisa saja tidak diungkapkan jikapun sudah tertuliskan, manakala komunikator politik merasa bahwa perasaannya untuk menuangkan gagasan dan perasaan itu bisa dikelola dengan cara lain yang menurut logika Kaffe dinamakan “ *conventional design logic*” dimana komunikator politik sebelum menyampaikan bahasa politiknya mempertimbangkan kesesuaian konteks komunikasi , peran komunikasi dan hubungan yang ada dalam tiap audiens sasaran komunikasi politiknya. (Newman : 1999).

Sebagai komunikator politik handal, Komunikasi politik Anies barangkali dapat dikategorikan baik selama ini, sebagai komunikator yang dianggap berpikiran moderat dengan segudang prestasi kepemimpinan sebelumnya, baik jabatan Rektor, menteri dan pendiri Indonesia Belajar tentu saja

Anies bisa mewakili profesional komunikator politik yang bisa membaca arah persepsi publik tentang apa yang dikomunikasinya. Barangkali jika ia memiliki cara seperti yang juga ditawarkan Kaffe tentang *Rhetorical Message design Logic* yang menggaris bawahi ketrampilan komunikasi yang bisa menekankan aspek fleksibilitas dan kepuasan audiens, komunikasi Anies bisa saja menjadi alat yang ampuh untuk mengekspresikan berbagai tujuan dan menciptakan kondisi yang lebih kondusif pasca komunikasi politik itu ia lakukan,

Akan tetapi nampaknya tetapi teknik ini ternyata tidak digunakan Anies dan ia tanpa sadar memilih pola *expressive design logic*. Maka ini kemudian menjadi catatan kegagalan komunikasi politik pertama Anies pasca perubahan status dan identitasnya sebagai ilmuwan menjadi pemimpin politik.

Hal ini seperti juga yang dikemukakan oleh mahasiswa yang tengah mengambil kuliah komunikasi politik di sebuah program Doktor di sebuah Universitas swasta berikut ini “;mungkin saja Anies tidak menyadari konteks isi pidatonya mau diarahkan kemana, tapi mungkin juga ia tidak berpikir akan masuk kategori teoritis apa isi pidatonya itu, mengingat kapasitasnya sebagai ilmuwan boleh jadi telah bergeser keranah politik praktis, sehingga pidatonya mungkin dianggap sebagai sebuah upaya menjustifikasi kemenangannya saja dan bukan menjadi kotak pembuka menyatukan warga pasca kehebohan pilkada di DKI. “

Barangkali apa yang dikemukakan oleh informan diatas bisa menjadi bahan kajian lebih lanjut untuk bisa melihat bagaimana kedepan para komunikator politik terutama yang menduduki kekuasaan politik untuk bisa memilih dan memilah, jenis pesan yang akan disampaikan dihadapan publik yang tidak homogen, jadi pilihan yang mungkin lebih sejalan ada rhetorical message design logic, karena teori ini juga menyediakan ruang untuk bisa mengetahui sudut pandang orang lain terhadap pesan yang ingin kita sampaikan, sedang sampaikan dan akan kita sampaikan.

Pendekatan ini juga mencoba memberikan sudut pandang agar pelaku komunikasi bisa mencegah berbagai permasalahan dengan cara mendefinisikan

kembali setiap situasi dan bahkan situasi yang akan muncul, sehingga komunikasi yang dilakukan akan dapat mencapai manfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam berbagai interaksi komunikasi politik.

Kesimpulan

Pro dan kontra atas pidato Anies usai dilantikannya ia menjadi Gubernur DKI Jakarta pada tgl 16 Oktober 2017, menyisakan pertanyaan tentang pola komunikasi yang dilakukannya, yang ternyata bisa dilihat dari sudut pandang komunikasi intrapersonal, tepatnya ternyata Anies dalam pidatonya jika ditelisik dari pendekatan O Kaffe cenderung menggunakan pola komunikasi interpersonal yang expressive message logic. Jadi meskipun dalam perspektif ini pelaku komunikasi memandang keterbukaan, kejujuran dan kejelasan adalah sesuatu yang penting dalam mengkomunikasikan pesan politik, tetapi mereka yang menggunakan pola komunikasi ini cenderung hanya fokus pada diri mereka sendiri sebagai pengirim pesan dan ekspresi dirinya, ia memandang komunikasi sebagai pengiriman perasaan dan ekspresi diri, jadi wajar jika pidato itu menimbulkan kontroversi.

Dengan demikian penulis menyarankan, agar setiap komunikator politik terutama yang kemudian menduduki jabatan dan kekuasaan politik, maka seharusnya dapat mempertimbangkan pola lain dalam berkomunikasi politik, yakni menggabungkan ketiga pendekatan, baik expressive message logic, conventional message logic dan rhetorical message logic, sebab dengan cara itu sebagai komunikator politik orang tersebut akan bisa menangkap bahwa jikapun pidatonya adalah ungkapan perasaan dan ekspresi dirinya, ia akan dapat juga menekankan kesesuaian konteks komunikasinya, perannya sebagai komunikator dan apa yang dikomunikasikannya akan menjadi panduan dalam berperilaku, d

Disisi lain, ia akan mampu menciptakan berbagai situasi serta menegosiasikan berbagai tujuan baik yang berasal dari audiens maupun tujuan dirinya, karena caranya berkomunikasi dselingi dengan upaya membangun fleksibilitas dan kepuasan atas dasar ketrampilan komunikasi yang dimilikinya.

Dipihak lain secara khusus penulis juga menyarankan agar pelaku komunikasi, terutama

yang sudah terpilih dalam jabatan dan kekuasaan politik tidak lagi mendikotomikan, mengelompokkan dan mendiskriminasikan masyarakat kedalam pembelahan terutama yang terkait isu SARA, dan golongan.. sehingga kedepan Indonesia bisa menciptakan model komunikasi kepemimpinan yang lebih mewarnai pengembangan demokrasi politik yang santun dan bermartabat di bumi Indonesia ini.

Kepustakaan

Arriane, Lely 2010, **Komunikasi Politik, Politisi dan Pencitraan di Panggung Politik**, Widya padjadjaran

Firmanzah ,2007, “ **Marketing Politik, antara Pemahaman dan Realitas**, Yayasan Obor Indonesia.

Gelfand J, Michele & Jeanne M. Brett (Editors), 2004, **The Hand Book of Negptiation and Culture** “ Stanford Business Books, California.

Newman I, Bruce , (Editor), 1999, **Hand Book of Political Marketing**’ Sage Publications. Inc

Simon. W, Herbert , 1976, **Persuasion: Understanding, Practice and analysis**. Random House, New York,

Taguiri Renato & Luigi Petrullo (Edited) 1958. “ **Person Perception and Interpersonal Behavior** “ Stanford University press colifornia.

Wahid, Umaimah, 2016 “ **Komunikasi Politik, Teori, Konsep dan aplikasi pada Era Media Baru**, Simbiosis Rekatama Media.