

**ETIKA KOMUNIKASI TENAGA AHLI UTAMA KSP DALAM  
DISKUSI WACANA PRESIDEN TIGA PERIODE  
(KAJIAN ANALISIS ISI)**

**TESIS**

**Oleh:**

**ARIE PURNAMA  
NPM 2126031001**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2024**

**ETIKA KOMUNIKASI TENAGA AHLI UTAMA KSP DALAM  
DISKUSI WACANA PRESIDEN TIGA PERIODE  
(KAJIAN ANALISIS ISI)**

**Oleh**

**ARIE PURNAMA**

**Tesis**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**Pada**

**Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2024**

**ABSTRAK**  
**ETIKA KOMUNIKASI TENAGA AHLI UTAMA KSP DALAM**  
**DISKUSI WACANA PRESIDEN TIGA PERIODE**  
**(KAJIAN ANALISIS ISI)**

**Oleh**

**ARIE PURNAMA**

Etika merupakan poin penting dalam praktik komunikasi politik sehari-hari. Etika digunakan para komunikator politik dalam menyampaikan pesan-pesannya demi meraih hasil yang diinginkan. Etika juga berlaku bagi para aktor politik yang menjadi perwakilan pemerintah seperti Kantor Staf Presiden (KSP). KSP mengutus para tenaga ahli utamanya untuk menyampaikan informasi resmi dari pemerintah kepada publik. Fenomena di atas akan diulas secara mendalam lewat penelitian ini. Sebab, KSP mengutus tenaga ahlinya yang bernama Ali Mochtar Ngabalin untuk menyampaikan informasi terkait wacana presiden tiga periode di ruang publik. Ngabalin diutus sebagai corong pemerintah di berbagai acara diskusi publik yang tayang di media online. Ia berdiskusi dan beradu argumen dengan para narasumber yang hadir. Peneliti akan mengupas fenomena tersebut menggunakan pisau bedah teori retorika milik Aristoteles. Sementara metode penelitian yang digunakan yaitu analisis isi kualitatif dengan paradigma kritis. Sedangkan objek dan subjek penelitiannya adalah diskusi publik yang membahas soal wacana presiden tiga periode di channel YouTube portal berita online Kompas TV dan TV One. Dalam diskusi publik tersebut, pemerintah yang diwakili oleh Ngabalin menampilkan etika yang tampak agresif. Di dalamnya terdapat praktik menyerang personal, menuding lawan bicara, menjadi pihak yang amat militan pada Presiden Jokowi hingga mendominasi pembicaraan dalam diskusi politik. Etika komunikasi yang dilakukan justru menjadi negatif, tidak peduli meski dilakukan di dalam ruang publik yang mudah diakses dan dilihat oleh khalayak.

Kata kunci: etika komunikasi, Politik, retorika, analisis isi.

## ABSTRACT

### COMMUNICATION ETHICS OF KSP MAIN EXPERTS IN THREE-TERM PRESIDENTIAL DISCOURSE DISCUSSION (CONTENT ANALYSIS REVIEW)

By

ARIE PURNAMA

*Ethics is an important point in the daily practice of political communication. Ethics are used by political communicators in conveying their messages in order to achieve the desired results. Ethics also applies to political actors who represent the government such as the Presidential Staff Office (KSP). KSP sent its main experts to convey official information from the government to the public. The above phenomenon will be reviewed in depth through this research. This is because KSP sent its expert named Ali Mochtar Ngabalin to convey information related to the discourse of the three-term president in the public space. Ngabalin was sent as a mouthpiece for the government at various public discussion events that aired online. He discussed and argued with the speakers present. Researchers will explore the phenomenon using Aristotle's rhetorical theory scalpel. While the research method used is qualitative content analysis with a critical paradigm. While the object and subject of his research was a public discussion discussing the discourse of the three-term president on the YouTube channels of online news portals Kompas TV and TV One. In the public discussion, the government represented by Ngabalin displayed an ethic that appeared aggressive. In it there is a practice of personal attacks, pointing fingers at the interlocutor, being a very militant party to President Jokowi to dominate the conversation in political discussions. Communication ethics that are carried out actually become negative, no matter even though it is carried out in a public space that is easily accessible and seen by the public.*

*Keywords: communication ethics, politics, rhetoric, content analysis.*

Judul Tesis : **ETIKA KOMUNIKASI TENAGA AHLI UTAMA KSP DALAM DISKUSI WACANA PRESIDEN TIGA PERIODE (KAJIAN ANALISIS ISI)**

Nama Mahasiswa : **Arie Purnama**

Nomor Pokok Mahasiswa : 2126031001

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**1. Komisi Pembimbing**

**Dr. Nanang Trenggono, M.Si.**  
NIP. 196212041989021001

**Dr. Tina Kartika, S.Pd, M.Si.**  
NIP. 197303232006042001

**MENGETAHUI**

**2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

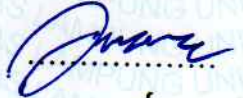
**Prof. Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.**  
NIP. 196207161988031001

**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua**

**: Dr. Nanang Trenggono, M.Si.**



**Sekretaris**

**: Dr. Tina Kartika, S.Pd, M.Si.**



**Penguji Utama**

**: Prof. Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.**



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**  
**NIP. 196108071987032001**

**3. Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung**



**Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.**  
**NIP. 196403261989021001**

**Tanggal Lulus Ujian Tesis : 16 Januari 2024**

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Arie Purnama  
NPM : 2126031001  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul "ETIKA KOMUNIKASI TENAGA AHLI UTAMA KSP DALAM DISKUSI WACANA PRESIDEN TIGA PERIODE (KAJIAN ANALISIS ISI)" tersebut adalah asli hasil penelitian saya, kecuali pada bagian-bagian yang telah dirujuk dari sumbernya dan telah saya sebutkan dalam daftar Pustaka. Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup dituntut berdasarkan Undang-Undang dan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 02 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan



Arie Purnama

NPM 2126031001

## RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis adalah Arie Purnama. Lahir di Bandar Lampung 4 April 1986, penulis merupakan putra kelima dari dari pasangan alm. Hi. Hermin Idris dan Hj. Aini. Penulis tercatat pernah menempuh pendidikan formal di TK PTPN X, SDN I Kedaton, SMP Al-Kautsar Bandar Lampung, SMA 9 Bandar Lampung, Pondok Modern Gontor Ponorogo Jawa Timur. Penulis lantas melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, tepatnya di Jurusan Ilmu Hubungan Internasional (International Class) pada 2005. Lima tahun berselang, penulis akhirnya lulus pada 2010. Selepas merampungkan pendidikan sarjana, penulis bekerja di Bank Mandiri Tbk sampai dengan 2012. Kemudian pada 2012 beralih pekerjaan ke PT. Bank Mega Tbk sampai dengan 2021. Adapun kini penulis bekerja sebagai pengembang perumahan dengan mendirikan MG Land sejak 2021 sampai dengan sekarang. Di tahun yang sama, penulis akhirnya melanjutkan pendidikan di tingkat magister Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung.



## **MOTTO**

**“Jiwa Keikhlasan, Kesederhanaan, Berdikari, Ukhuwah Islamiah, Bebas”**

**Panca Jiwa Pondok Modern Gontor**

**“Mahkota seseorang adalah akalunya. Derajat seseorang adalah agamanya.**

**Sedangkan kehormatan seseorang adalah budi pekertinya”**

**Umar bin Khattab**

## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, selawat serta salam atas Nabi Muhammad SAW. Penulis persembahkan tesis ini kepada beberapa pihak berikut ini:

1. Almarhum Hi. Hermin Idris dan Ibu Aini, satu janji sudah ditunaikan
2. Keluarga besar alm. Hi. Hermin Idris, Kak Lina, Kak Rifda, Kak Desi, Kak Titin, Bang Fauzi, Bang Edi, Bang Budi dan semua keluarga besar yang sudah menyemangati untuk menyelesaikan pendidikan pascasarjana ini.
3. Kiki Novilia, *partner in crime* yang meluangkan waktu, pikiran, serta tenaga dalam menyelesaikan penelitian ini. I love u full.
4. Kakanda Dr. Ribhan, S.E. M.Si, terima kasih atas saran, bimbingan, sekaligus segelas kopi dengan gula aren di ruangan jurusannya.
5. Keluarga besar mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Angkatan 2021.
6. Almamaterku tercinta, Universitas Lampung.

## SANWACANA

Puji syukur disampaikan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Etika Komunikasi Politik dalam Diskusi Publik Wacana Presiden Tiga Periode (Kajian Analisis Isi)” sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan dan meraih gelar magister Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Selawat serta salam selalu tucurahkan kepada kekasih Allah sekaligus manusia paling berpengaruh di dunia, Baginda Nabi Muhammad SAW. Seluruh cinta dan salam semoga tersampaikan pula kepada keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang senantiasa menjaga sunah-sunahnya.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan banyak terima kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing selama penulisan tesis berlangsung. Adapun rasa hormat kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M. selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung.
3. Drs. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

4. Prof. Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Lampung sekaligus dosen penguji utama. Saya berterima kasih atas segala ilmu pengetahuan terkait komunikasi politik yang sudah diajarkan dari awal sampai dengan akhir masa pendidikan ini. Semoga Bapak dan keluarga selalu diberkahi Allah SWT.
5. Dr. Nanang Trenggono, M.Si., selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan waktu, tenaga, pikiran, memberikan banyak saran dan kritik serta apresiasi yang sangat membangun penulis. Penulis mendapatkan pemahaman mengenai kajian ilmu komunikasi secara filosofis pada topik penelitian tesis ini. Semoga dibalas dengan kebaikan dari Allah SWT.
6. Dr. Tina Kartika, M.Si, selaku dosen pembimbing dua. Saya ucapkan terima kasih atas perkuliahan, waktu, tenaga, pikiran, kepercayaan, arahan, petunjuk, membimbing dan memberikan motivasi serta apresiasi kepada penulis selama proses penyusunan tesis ini. Semoga Ibu Tina selalu diberikan kebaikan dan lindungan dari Allah SWT.
7. Seluruh dosen Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Bapak Dr. Abdul Firman Ashaf, M.Si., Bapak Dr. Ibrahim Besar, M.Si., Ibu Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si., Ibu Dr. Nina Yudha Aryanti, M.Si., yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu khususnya mengenai kajian ilmu komunikasi. Semoga Allah Memberikan Yang terbaik dari yang baik untuk seluruh dosen Magister Ilmu Komunikasi.

8. Staf dan karyawan Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
9. Almarhum Ayah Hermin dan Emak Aini, doakan anakmu bisa menjadi orang berilmu yang bermanfaat bagi bangsa dan negara.
10. Teman-teman MIKOM 21 pada umumnya, mbak Marisya, Mbak Rini, mbak Sri, Bagus, dan lainnya. Teman-teman komunikasi politik khususnya, Hariz, Aulia, Syaroh, Zaka, Melinda dan yang lain tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca, Penulis sangat harapkan demi perbaikan tesis ini di masa mendatang.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bandar Lampung.....2024

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Kegunaan Penelitian .....	7
1.5. Kerangka Pemikiran .....	8
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	9
2.2. Komunikasi Politik .....	14
2.3. Etika Komunikasi Politik .....	21
2.4. Teori Retorika.....	33
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Paradigma Penelitian .....	40
3.2. Metode Penelitian .....	41
3.3. Objek Penelitian .....	42
3.4. Unit Analisis .....	43
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.6. Teknik Keabsahan Data .....	45
3.7. Teknik Analisis Data .....	45
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Hasil Penelitian.....	49
4.1.1. Kompas TV.....	49
4.1.2. TVOne .....	55
4.2. Pembahasan Penelitian .....	62
4.2.1. Menyerang Lawan .....	62
4.2.2. Menuding Lawan Bicara.....	68
4.2.3. Konsistensi.....	72
4.2.4. Militan.....	75
4.2.5. Mendominasi Pembicaraan.....	77

4.2.6. Anti Kritik.....	79
4.3.Perbandingan Kompas TV dan TVOne .....	85
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Saran .....	92

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran .....	9
2. Program Satu Meja Part 1.....	50
3. Program Satu Meja Part 2.....	51
4. Program Satu Meja Part 3.....	53
5. Program Satu Meja Part 4.....	54
6. Program Kabar Petang Part 1 .....	56
7. Program Kabar Petang Part 2 .....	57
8. Bagan Komunikasi Politik.....	84



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu.....	10
2. Objek Penelitian .....	43
3. Reduksi Data.....	46
4. Seleksi Kompas TV .....	48
5. Seleksi TVOne.....	48
6. Program Satu Meja Part 2.....	51
7. Program Satu Meja Part 3.....	53
8. Program Satu Meja Part 4.....	55
9. Program Kabar Petang Part 1 .....	56
10. Program Kabar Petang Part 2 .....	57
11. Pernyataan Negatif Ngabalin.....	59
12. Pernyataan Positif Ngabalin .....	60
13. Menyerang Personal .....	63
14. Menuding Lawan Bicara .....	69
15. Konsistensi.....	73
16. Anti Kritik.....	79
17. Jangkauan Video Kompas TV dan TVOne .....	86

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Wacana presiden 3 periode setidaknya telah muncul sebanyak 4 kali selama masa pemerintahan Presiden Jokowi. Melansir dari Kompas.com, wacana tersebut terpantau hadir pada Desember 2019, Maret 2021, Maret 2022 dan Agustus 2022. Jika dirunut, berikut ini rinciannya:

1. Pada Desember 2019, wacana tersebut merebak berbarengan dengan isu amandemen UUD 1945.
2. Pada Maret 2021, kembali muncul berkat pernyataan mantan Ketua MPR Amien Rais yang menyebut bahwa ada skenario mengubah ketentuan dalam UUD 1945 soal masa jabatan presiden.
3. Pada Maret 2022, muncul lagi karena beberapa elit partai politik mengusulkan penundaan Pemilu 2024. Mereka adalah Ketua Umum Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Muhaimin Iskandar dan Ketua Umum Partai Amanat Nasional (PAN) Zulkifli Hasan.
4. Pada Agustus 2022, wacana presiden tiga periode dilontarkan para pendukung Jokowi dalam forum Musyawarah Rakyat (Musra) Indonesia yang digelar Minggu (28/8/2022).

Wacana tersebut berkali-kali naik ke permukaan publik sebagai bagian dari kepentingan politik pihak-pihak tertentu. Baik para pendukung Jokowi, menteri, hingga elit politik berusaha untuk mencapai tujuannya masing-masing di alam demokrasi politik Indonesia. Hal ini dikonfirmasi secara gamblang oleh pengamat politik dari Surveylink Indonesia (Sulindo) Wempi Hadir. Ia menilai, segelintir kelompok mencoba mendesain gerakan perpanjangan masa jabatan presiden 3 periode secara sadar. Kelompok tersebut kemudian mencoba untuk melemparkan umpan kepada publik. "Mereka mencoba melihat bagaimana reaksi atas gerakan tersebut. Sangat jelas kalau membaca teori sebab akibat bisa ditelisik lebih jauh siapa yang dapat keuntungan dari situasi ini," ujar Wempi dalam VOI.com.

Wacana soal masa jabatan presiden merupakan bagian dari aktivitas komunikasi politik. Sebab, komunikasi politik secara garis besar didefinisikan sebagai komunikasi yang melibatkan pesan serta aktor politik. Merujuk dari pendapat McMair (McNair, 1995), komunikasi politik merupakan komunikasi tentang politik. Hal ini meliputi semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh para politisi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam kajian komunikasi politik, terdapat lima komponen yang saling berkaitan, yakni mencakup komunikator, pesan, saluran, komunikan dan efek serta umpan baliknya (*feedback*). Kelimanya saling berkaitan demi mendapatkan tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, komunikasi politik juga memberikan gambaran apa yang diperjuangkan para elit, apakah mereka memperjuangkan kepentingan rakyat atau hanya kepada kepentingan golongan dan nafsu politiknya saja (*individual*).

Aktivitas komunikasi politik harus dilakukan dengan baik dan benar. Artinya, pesan disampaikan secara apa adanya agar dapat dipahami secara efektif. Sebab, dalam proses penyampaian pesan politik harus melibatkan para aktornya, yakni komunikator dan komunikan. Di antara kedua pihak tersebut perlu punya pemaknaan yang sama supaya jalannya komunikasi bisa mencapai tujuan. Hal ini berkaitan dengan etika komunikasi politik. Etika adalah salah satu cabang ilmu pengetahuan tentang manusia. Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang artinya kebiasaan. Etika membicarakan tentang kebiasaan (perbuatan), tetapi bukan menurut arti tata adat, melainkan tata-adab, yaitu berdasarkan pada inti atau sifat dasar manusia; baik-buruk (Achmad, 1983). Karena itu, etika komunikasi politik adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan politik secara baik, santun, sesuai norma dan nilai etik sebuah masyarakat (*Etika Komunikasi Politik*, 2011). Etika komunikasi dalam politik juga diartikan sebagai tata nilai dalam proses komunikasi dalam kaitannya dengan peristiwa politik, sementara masalah politik adalah aktivitas yang berlangsung dalam hierarki tertinggi kehidupan sosial manusia.

Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk menganalisis terkait etika komunikasi yang diterapkan dalam diskusi publik wacana presiden tiga periode yang ada di media sosial, khususnya YouTube. Di dalam diskusi tersebut, dihadiri Ngabalin selaku wakil pemerintah dan KSP dan beberapa narasumber yang lainnya. Mereka saling beradu argumen terkait wacana presiden tiga periode. Sebenarnya ada banyak media yang memfasilitasi diskusi serupa, namun peneliti hanya memilih diskusi yang dilakukan di Kompas TV dan TVOne. Keduanya dianggap sudah bisa mewakili

keseluruhan wacana presiden tiga periode. Selain itu, juga mengingat keterbatasan peneliti agar bisa lebih mendalam dalam pembahasannya.

Adapun video pertama diambil dari channel YouTube Kompas TV dalam program Satu Meja dengan tema “Usulan Tunda Pemilu, Demokrasi Mundur?” pada 3 Maret 2022 lalu. Alasan pemilihan video tersebut karena membahas soal masalah penundaan Pemilu 2024 sekaligus perpanjangan masa jabatan Presiden Jokowi menjadi tiga periode. Adapun usulan penundaan pemilu tersebut dilontarkan Ketua Umum PKB, Muhaimin Iskandar. Wakil Ketua DPR ini berdalih, penundaan pemilu perlu dilakukan guna mengantisipasi hilangnya momentum perbaikan ekonomi. Sebelum Cak Imin, gagasan juga pernah disampaikan Menteri Investasi RI, Bahlil Lahaladia pada awal tahun ini. Gagasan menunda Pemilu 2024 dan memperpanjang masa jabatan lantas menuai kritik dan polemik dari berbagai pihak. Gagasan tersebut dinilai mengkhianati demokrasi dan berbahaya karena bisa mengarah pada oligarki. Bahkan ada ungkapan bahwa sebenarnya istana menjadi dalang dibalik wacana ini (Kompas TV, 2022). Diskusi tersebut dihadiri oleh Ketua DPP PDI-P Djarot Saiful Hidayat, Waketum DPP Demokrat Benny K Harman, Wasekjen PKB Syaiful Huda, Tenaga Ahli Utama Kantor Staf Presiden Ali Mochtar Ngabalin, Pengamat Politik Prof. Mochtar Mabotinggi. Sementara untuk pihak pemerintahan diwakili oleh Ali Mochtar Ngabalin yang tergabung dalam Kedeputian bidang IV Kantor Staf Presiden.

Selanjutnya, peneliti juga menggunakan unit analisis dari video TVOne dalam program Kabar Petang dengan judul “Penundaan Pemilu Tuai Polemik, Perlukah Presiden Turun Tangan Umumkan Jadwal Pemilu?” pada tanggal 5 Maret 2022 lalu. Di

sana terdapat pembicara Wasekjen PKB Syaiful Huda, Ketua Komite I DPD RI Fachrul Razi, Tenaga Ahli Utama Kantor Staf Presiden Ali Mochtar Ngabalin. Dalam diskusi ini, Ali Mochtar Ngabalin hadir kembali mewakili pemerintah terkait wacana presiden tiga periode tersebut. Kehadiran Ali Mochtar Ngabalin berdasar kepada Perpres No 83 Tahun 2019 tentang Kantor Staf Kepresidenan, yang mencakup rincian tugas dan fungsi Kedeputian bidang IV, huruf E sampai Huruf H. Satu di antara tugas yang menarik adalah strategi diseminasi informasi. Tugas ini bertujuan untuk memfiltrasi isu-isu yang terkait dengan komunikasi dan politik dengan cara mencari kebenaran terkait isu yang beredar. Jika memang isu yang beredar adalah benar, maka humas KSP menyebarkannya melalui media sosial. Jika tidak, KSP akan memberikan klarifikasi kepada masyarakat bahwa isu yang beredar adalah hoaks.

Sementara teori yang digunakan adalah teori retorika milik Aristoteles. Secara etimologis, retorika berasal dari bahasa Yunani, "*rhētrike*" yang berarti seni kemampuan berbicara yang dimiliki seseorang. Aristoteles dalam bukunya "*Rhetoric*" mengemukakan pengertian retorika, yaitu kemampuan untuk memilih dan menggunakan bahasa dalam situasi tertentu secara efektif untuk mempersuasi orang lain. Menurut Aristoteles, retorika adalah kemampuan seorang komunikator untuk mengemukakan sesuatu dan dalam penyampaiannya tersebut, komunikator dapat memberikan efek persuasif kepada para pendengarnya. Asal konsep retorika adalah persuasi, di mana definisi persuasi digunakan untuk mengubah sikap dan perilaku seseorang dengan menggunakan kata-kata lisan/tertulis, menanamkan opini baru, serta usaha yang dilakukan secara sadar untuk mengubah sikap, kepercayaan dan perilaku orang dengan transmisi pesan. Titik tolak retorika adalah berbicara, yakni

mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Kaitan antara retorika dan etika komunikasi politik sangat penting dalam konteks demokrasi dan proses pengambilan keputusan publik. Retorika, sebagai seni dan ilmu penggunaan bahasa untuk mempengaruhi atau meyakinkan orang lain, dapat memainkan peran besar dalam arena politik. Namun, penggunaan retorika yang etis menjadi esensial untuk memastikan bahwa proses komunikasi politik tetap adil, jujur, dan menghormati nilai-nilai demokrasi. Keseimbangan antara retorika yang efektif dan etika yang baik sangat penting untuk membangun masyarakat yang terinformasi, terlibat, dan dapat memahami konsekuensi keputusan politik. Sehingga terciptanya penggunaan bahasa yang jelas dan persuasif untuk menyampaikan pesan dalam transparansi informasi kepada masyarakat, menghindari manipulasi atau penyembunyian informasi yang dapat mempengaruhi keputusan publik

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini bermaksud untuk mencari tahu bagaimana etika komunikasi politik yang dilakukan oleh KSP saat berdiskusi terkait wacana presiden tiga periode. Etika seperti apa yang ditampilkan dari pihak pemerintahan dalam menghadapi isu yang beredar, termasuk perpanjangan masa jabatan tersebut. Adapun penelitian ini dianggap penting karena menyangkut citra pemerintah sebagai komunikator politik yang punya kewenangan dalam sebuah gelaran pemilu. Pemerintah punya andil yang kuat untuk memutuskan apakah akan menyelenggarakan atau justru menunda pemilu yang akhirnya menjurus ke arah deligitimasi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitiannya adalah bagaimana komunikasi tenaga ahli utama KSP menyikapi diskusi wacana presiden tiga periode?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya adalah mengetahui bagaimana tenaga ahli utama KSP melakukan etika komunikasi dalam diskusi wacana presiden tiga periode.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

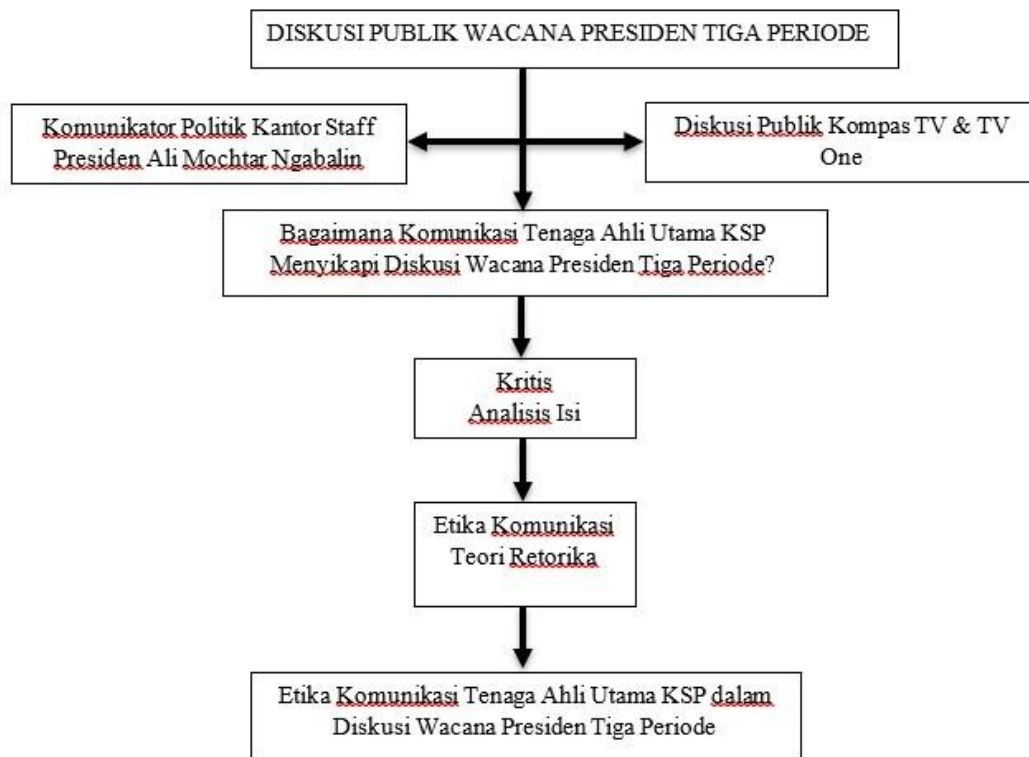
Pada dasarnya setiap penelitian yang dilakukan memiliki kegunaan dan manfaat bagi lingkup keilmuan. Adapun kegunaan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan menambah ranah keilmuan terkait dengan etika komunikasi politik yang dilakukan oleh Kedepatian Bidang IV KSP terkait dengan pola desiminasi informasi.
- b. Secara akademis, penelitian ini dapat memperkaya referensi penelitian serta karya ilmiah sehingga dapat menjadi sumber bacaan yang berkualitas bagi seluruh mahasiswa Universitas Lampung, khususnya di ruang lingkup magister ilmu komunikasi konsentrasi komunikasi politik.



- c. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan gambaran serta pengetahuan bagi pembaca dan memberikan manfaat bagi peneliti komunikasi politik.

### 1.5 Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka pikir  
Sumber: Olahan Peneliti

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu digunakan sebagai tolak ukur serta perbandingan yang mempermudah penulis ketika melakukan penyusunan suatu penelitian. Sebab, peneliti harus mampu belajar dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, hal ini berguna untuk menghindari duplikasi serta pengulangan penelitian dan bahkan meminimalisir kesalahan yang sama seperti penelitian sebelumnya (Ardiansyah, 2016: 11). Penelitian terdahulu juga berfungsi sebagai penuntun peneliti dalam melakukan penelitian dan mendapatkan hasil yang sesuai.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang peneliti jadikan sebagai rujukan. Jumlahnya ada 10 dan telah disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Dari kesepuluh penelitian terdahulu tersebut, ada yang membahas terkait KSP, analisis isi, etika komunikasi, retorika dan lain sebagainya. Adapun bentuknya ada yang berupa jurnal dan tesis. Peneliti mengidentifikasi secara lengkap dan jelas apa saja perbedaan dan persamaannya demi bisa menjaga originalitas sekaligus memperkaya hasil penelitian. Selain itu, peneliti juga membahas secara lengkap terkait metode yang digunakan serta seperti apa hasil penelitian. Dari sana, peneliti mendapatkan gambaran lengkap untuk menjalankan penelitian terkait diskusi wacana presiden tiga periode yang dalam hal ini dihadiri tenaga ahli utama KSP bernama Ali Mochtar Ngabalin.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Sumber Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
H.H. Daniel Tamburian (Lorensia & Tamburian, 2018) dengan Judul “Humas Kantor Staf Presiden dalam Diseminasi Informasi Sosial dan Politik di Media Sosial”	Mengetahui bagaimana cara Humas KSP memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi secara cepat dan efektif.	Penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus.	Jika penelitian tersebut mengungkap tentang cara humas KSP menyebarkan informasi melalui media sosial, sedangkan penelitian ini fokus pada sudut pandang etika komunikasi politiknya.	Terdapat kesamaan dalam objek penelitian, di mana peneliti menganalisis diseminasi informasi yang dilakukan oleh humas kantor staf presiden dengan metode kualitatif dan menggunakan media sosial.
Hana Palestri (UGM, 2019) dengan judul “Moeldoko Bela Jokowi: Mengungkap Retorika Tersirat yang digadang-gadang Jadi Mantra Kuat”.	Menganalisis aspek persuasif dalam ujaran Moeldoko sebagai salah satu bentuk retorika.	Metode penelitian kualitatif untuk Menggali pemahaman detail tentang bagian-bagian retorika.	Penelitian ini menganalisis pemberitaan terkait Moeldoko yang menyerukan pembelaan terhadap presiden di tengah citra buruk presiden yang sempat menguat di mata publik.	Terdapat kesamaan dalam menganalisis aksi staf presiden yang pasang badan terhadap kebijakan yang dilakukan pemerintah.
Henni Gusfa (Gusfa dkk., 2021) dengan Judul “ <i>Communicative Model of Presidential Chief of Staff in</i> ”	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui model komunikatif yang diterapkan oleh jajaran pimpinan presiden	Metode yang digunakan dalam penelitian studi kasus kualitatif di mana analisis kasus dari kebijakan melalui	Perbedaan penelitiannya terletak proses komunikasi dalam koordinasi antar lembaga dengan kantor staf presiden terkait	Terdapat kesamaan dari objek penelitian terkait KSP yang di dalamnya ada proses desiminasi informasi.

<i>Decision Making of Public Policy</i>	dalam pengambilan keputusan publik	wawancara dan observasi, serta studi pustaka.	desiminasi informasi,terkait kebijakan strategis nasional. Perbedaan paradigma dan teori juga menjadi pembeda.	
A. Fikri Amiruddin Ihsani dengan judul “Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital”.	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan, menjelaskan, dan mengetahui peran etika komunikasi sebagai kontrol kesalehan virtual dalam perilaku bermedia masyarakat di era digital.	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Penelitian ini menggunakan konsep etika komunikasi perspektif Haryatmoko dan dilengkapi oleh teori tindakan komunikasi Habermas, dengan metode penelitian kualitatif pendekatan deskriptif melalui observasi dan dokumentasi.	Terdapat kesamaan dalam penekanan pentingnya etika dalam komunikasi politik.
Agus Fathuddin Yusuf (2021) dengan judul “Tata Krama dalam Komunikasi Politik”.	Tujuan dalam penulisan ini adalah supaya masyarakat lebih memahami peran sertanya dalam kehidupan berpolitik terutama dalam menyampaikan pendapat.	Kajian studi kasus ( <i>case study</i> ) dengan analisis kualitatif.	Penelitian ini membahas tentang kebutuhan akan kecakapan, ketulusan, dan empati untuk menjadi komunikator politik yang cakup.	Terdapat kesamaan dalam pembahasan etika dalam komunikasi politik.

<p>Winda Kustiawan, Tifani Liusnimun, &amp; Nurul Hidayat dengan judul “Komunikator Utama dalam Politik, Komunikator Politik dan Kepemimpinan Politik”.</p>	<p>Bertujuan untuk Mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul yang terkait dengan komunikator politik dan kepemimpinan politik. Peneliti menemukan bahwa sekalipun kita semua merupakan komunikator politik, namun ada porsi dan</p>	<p>Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.</p>	<p>Penelitian ini membahas bahwa, menyampaikan suatu informasi atau pesan politik memerlukan komunikator politik yang cakap dan punya kemampuan mumpuni.</p>	<p>Terdapat kesamaan dalam pembahasan komunikasi politik yang disampaikan lewat aktor-aktor atau komunikator politik.</p>
<p>Tesis Oktarina (2022) “Etika Komunikasi pejabat dalam menyampaikan informasi di ruang public” (Analisis Semiotika alam Acara Talkshow Mata Najwa Episode Gerabak Gerubuk Urus Pagebluk)</p>	<p>Penelitian ini bertujuan menganalisis Etika Komunikasi Non-Verbal Pejabat Publik Luhut Binsar Pandjaitan Dalam Informasi di Ruang Publik pada acara Talkshow Mata Najwa episode Gerabak Gerubuk Urus Pagebluk.</p>	<p>Penelitian dengan metode kualitatif, Penelitian ini menggunakan model analisis semiotika pendekatan Roland Barthes.</p>	<p>Penelitian ini untuk menganalisis bagaimana Etika Komunikasi Non-Verbal Pejabat Publik Luhut Binsar Pandjaitan Dalam Menyampaikan Informasi di Ruang Publik Berdasarkan teori Semiotika Roland Barthes.</p>	<p>Terdapat kesamaan dalam pembahasan etika dalam komunikasi politik.</p>
<p>Tesis Abdul Wahab (2019) Analisis Wacana Kritis Pada Pemberitaan Media Online Kumparan.com dan Arrahman.News Tentang</p>	<p>Analisis Wacana Kritis penolakan Pengajian Khalid basalamah di Sidoarjo melalui media Kumparan.com dan</p>	<p>Metode penelitian deskriptif kualitatif analisis wacana kritis</p>	<p>Menganalisis penolakan pengajian khalid basalamah melalui analisis wacana kritis, melalui struktur</p>	<p>Terdapat kesamaan analisis melalui media online</p>

penolakan pengajian Khalid basalamah di Sidoarjo, Jawa Timur.	ArrahmahNews.com. Menganalisa unsur-unsur Analisa struktur teks,kognisi solisal dan analisis sosial.		teks,kognisi sosial, dan analisis sosial. Melalui berita di media online.	
Stepanus Angga (2023) Etika Komunikasi Netizen Indonesia di Media Sosial sebagai Ruang Demokrasi dalam Telaah Ruang Publik Jurgen Habermas	Mengkritisi etika komunikasi netizen Indonesia sehingga media sosial sungguh-sungguh menjadi kesempatan dalam implementasi demokrasi yang baik dan benar demi kepentingan bersama.	Metode penelitian kualitatif difondasikan pada filsafat ruang publik Jurgen Habermas	Menganalisis komunikasi dan opini yang disampaikan dalam kolom komentar sering kali tanpa suatu pertimbangan rasional. Netizen cenderung terbawa perasaan untuk berpartisipasi dalam komentar tanpa memahami realitas dengan baik.	Terdapat kesamaan dalam pembahasan etika komunikasi dalam ruang publik yang merupakan wadah demokrasi serta kajian melalui Media Online.
Nuril Hidayah & Cahya suryani (2022) Analisis Wacana Kritis terhadap Hoaks 3 Periode	Mengenali pola konstruksi hoaks dan penyebarannya terkait isu Presiden 3 Periode.	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif melalui Anilisis wacana kritis.	Penelitian ini menerapkan analisis wacana kritis tentang hoaks 3 periode mengangkat isu-isu di seputar kesiapan Joko Widodo memimpin 3 periode, dukungan publik dan elit politik, upaya amandemen konstitusi, dan penolakan terhadap gagasan tersebut.	Terdapat kesamaan tentang isu yang dibahas dimana penelitian ini mengangkat tentang isu presiden 3 periode

## 2.2. Komunikasi Politik

Komunikasi dalam bahasa Inggris yaitu "*communication*" asal dari bahasa latin yaitu "*communicatio*" dan bersumber dari istilah "*communis*" yang berarti sama makna. Sehingga komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Secara umum, komunikasi diartikan sebagai suatu bentuk penyampaian informasi bisa berupa pesan, gagasan dan ide bersumber dari salah satu pihak yang ditujukan untuk pihak lainnya.

Sementara komunikasi politik adalah perpaduan antara dua disiplin ilmu dalam satu rumpun ilmu sosial, yakni komunikasi dan politik. Menurut Andrey Heywood, politik adalah kegiatan suatu bangsa yang bertujuan untuk membuat, mempertahankan, dan mengamandemen peraturan-peraturan umum yang mengatur kehidupannya, yang berarti tidak dapat terlepas dari gejala konflik dan kerja sama. Secara tersirat mengungkap bahwa masyarakat politik (*polity*) dalam proses interaksi pembuatan keputusan publik juga tidak lepas dari konflik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok lainnya. Dengan kata lain, masing-masing kelompok saling mempengaruhi agar suatu keputusan publik yang disepakati sesuai dengan kepentingan kelompok tertentu. Dalam proses politik ini tidak dapat dilepaskan terjadinya proses komunikasi yang dilakukan oleh pemberi pesan, yaitu pemerintah dalam hal ini menjadi komunikan, sehingga menimbulkan istilah komunikasi politik yang digunakan dalam proses politik tersebut.

Komunikasi politik diibaratkan sebagai sirkulasi darah dalam tubuh. Bukan darahnya melainkan apa yang terkandung dalam darah itu yang menjadikan sistem politik itu hidup (Alfian, 1991). Komunikasi politik mengalirkan pesan-pesan politik berupa tuntutan, protes dan dukungan ke jantung pemrosesan sistem politik dan hasil pemrosesan itu kemudian dialirkan kembali oleh komunikasi politik. Komunikasi politik secara garis besar didefinisikan sebagai komunikasi yang melibatkan pesan politik serta para aktor politik, komunikasi politik juga berkaitan dengan kekuasaan, kebijakan pemerintah serta pemerintahan. Walaupun terdengar memiliki bahasan atau pesan yang formal, namun dalam praktik komunikasi politik erat kaitannya dengan aktivitas sehari-hari dan tidak ada satu pun manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi politik atau komunikasi itu sendiri. Tak jarang pula, masyarakat tidak menyadari bahwa dirinya telah terjebak dalam analisis serta kajian dalam komunikasi politik.

Menurut McMair (McNair, 1995), komunikasi politik adalah segala tujuan komunikasi tentang politik, hal ini meliputi semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politian dan lainnya politik aktor untuk tujuan mencapai objective tertentu. Ketika komunikasi dikaitkan dengan politik, terkadang terdapat pengakuan tentang aspek-aspek politik dari komunikasi publik. Politik memiliki ruang lingkup yang sangat luas dibandingkan dari segi komunikasi. Komunikasi menitikkan ke suatu interaksi, sedangkan politik lebih menitikkan kepada kekuasaan. Selain itu komunikasi politik juga didefinisikan sebagai komunikasi tentang mereka (politisi politikus atau



non politikus) dan kegiatan mereka sebagai pembuat laporan berita, editorial, dan bentuk lain dari diskusi media politik. Ada tiga kategori komunikator dalam politik :

1. Aktivistis sebagai komunikator politik.

Yaitu menyuarakan kepentingan kelompok dengan idealisme tertentu. Aktivistis sering kali bertindak sebagai perantara antara pemerintah atau lembaga politik dan masyarakat sipil.

2. Profesional sebagai komunikator politik.

Yaitu mereka yang bekerja dan dibayar untuk kepentingan politik tertentu dari partai, atau kandidat. Seorang profesional sebagai komunikator politik memiliki peran dalam membantu pejabat atau organisasi politik menyampaikan pesan mereka kepada publik dengan cara yang efektif. Memiliki keterampilan komunikasi verbal dan tulisan yang sangat baik, memiliki pemahaman yang mendalam tentang isu-isu politik, kebijakan, dan dinamika politik yang sedang berlangsung. Seorang komunikator politik harus dapat menganalisis situasi politik dengan cepat dan mengidentifikasi isu-isu kunci serta potensi dampak dari suatu kebijakan atau peristiwa. Analisis ini membantu mereka merancang pesan yang efektif.

3. Pejabat sebagai komunikator politik.

Pejabat sebagai komunikator politik memiliki peran yang sangat penting dalam konteks pemerintahan dan politik. Sebagai komunikator politik, pejabat bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada publik,

stakeholder, dan pihak terkait. Pejabat sebagai komunikator politik harus mampu menjelaskan dan menyampaikan kebijakan-kebijakan, membangun citra positif dan reputasi baik, serta cepat tanggap dalam menanggapi isu-isu politik yang muncul.

Pada formulasi komunikasi politik Lasswell, perlu dilihat apa dampak yang akan terjadi asal pesan tersebut (*with what effect*) baik secara personal juga komunal. dalam komunikasi politik berlaku aturan aksi-reaksi dan kausalitas asal komunikasi itu sendiri. 5 (lima) istilah kunci dalam perspektif komunikasi yaitu: sosial, proses, simbol, makna dan lingkungan Komunikasi secara sosial (social), adalah komunikasi selalu melibatkan manusia serta interaksi (Morissan, 2015). Lasswell memberikan uraian, bahwa hal yang wajar bahwa komunikasi politik melingkupi tindakan dan perkataan oleh para politisi mempunyai akibat yang luas, sebab pernyataan (pesan) adalah tindakan interpretatif dalam sosial dan politik. Artinya, komunikasi selalu melibatkan dua orang, pengirim dan penerima. Ketika komunikasi dipandang secara sosial, komunikasi selalu melibatkan dua orang yang berinteraksi dengan berbagai niat, motivasi dan kemampuan. Komunikasi yang baik dalam politik bukanlah satu arah, melainkan transaksi dialog dua arah.

Dan Nimmo dalam judul buku "*Political Communication and Public Opinion in America*" mengutip pendapat James Rossenau terkait komunikator politik pada level nasional dan masalah khusus menggunakan istilah sebagai berikut:

1. Komunikator yang menangani masalah nasional digunakan istilah "*Governmental opinion makers*" atau disebut pembentuk opini pemerintah yang menangani masalah "*national multy issue maters*" yaitu menangani berbagai masalah nasional atau berlevel nasional, yang terdiri dari *executive official* yaitu para pejabat pemerintah dari mulai presiden sampai kabinet atau kementerian termasuk pimpinan departemen dengan seluruh jajarannya (eksekutif), kemudian jajaran legislatif yaitu Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dan yudikatif sebagai badan peradilan.
2. Komunikator yang menangani masalah khusus yang disebut "*single issue opinion makers*" yaitu asisten atau sekretaris dan staff ahli dari departemen. Dari poin ini peneliti menemukan bahwa KSP termasuk kedalam komunikator yang menangani masalah khusus.
3. Selain komunikator utama, ada juga komunikator pelaksana yaitu para pejabat yang berada di posisi provinsi dan kabupaten/kota yang akan merealisasikan dan meneruskan program pemerintah pusat sampai ketinggian daerah. menyebutkan bahwa semua orang adalah komunikator politik, siapapun yang dalam setting politik adalah komunikator politik. Hal ini terbentang mulai dari level rakyat sampai level atas. Proses komunikasi politik menjadi begitu serba mencakup dan luas sehingga setiap orang mempunyai potensi untuk menjadi komunikator politik (Nimmo, 1978).

Pakar komunikasi dan pengamat politik Tjipta Lesmana mengatakan komunikasi memiliki peran sentral dalam aktivitas politik di berbagai tingkatan, dari pemerintah pusat hingga ke daerah. Komunikasi politik tidak mudah dilaksanakan dalam arti untuk mencapai tingkat efektivitas yang optimal. Butuh kecakapan, ketulusan, dan empati untuk menjadi komunikator politik yang cakap (antaranews.com, 2020). Tjipta Lesmana menerangkan, komunikasi politik wajib dilakukan dengan cara yang benar demi menghindari tindak komunikasi politik yang kurang elok. Guru Besar Ilmu Komunikasi Politik itu menyarankan agar audiens berkomunikasi politik dengan didasari pada semangat kasih terhadap sesama. Tjipta mengatakan, masalah komunikasi politik di Tanah Air sering timbul karena politik pada dirinya sendiri memiliki tiga aspek besar, yaitu usaha mendapatkan kekuasaan, mendistribusikan kekuasaan dan melaksanakan kekuasaan, yang meliputi mempertahankan dan mentransfer kekuasaan. Menurut Laswell “*the study of politics is the study of influence and the influential*” Artinya politik adalah tujuan dengan kegiatan komunikasi tentang Mempengaruhi dan orang-orang yang berpengaruh.

Dalam komunikasi politik dikenal juga istilah *ad hominem* yaitu strategi argumentasi yang berfokus orang yang berargumen, bukan pada sudut pandangnya. Membuat serangan terhadap segala aspek kepribadian lawan, seperti kecerdasan, reputasi, atau afiliasi kelompok. Serangannya bisa secara halus, seperti melontarkan keraguan terhadap karakter seseorang, atau terang-terangan, seperti menghina seseorang (Kami & Nesi, 2023). Dalam konteks komunikasi politik, penggunaan *ad hominem* dapat merugikan nilai etika komunikator politik dan

mengurangi kualitas debat atau diskusi publik. Menjaga etika dalam komunikasi politik membutuhkan kebijaksanaan dalam menghindari penggunaan *ad hominem* serta memfokuskan perdebatan pada isu-isu substantif, fakta, dan argumentasi rasional. *Argumentum ad hominem* memiliki beberapa bentuk dan yang paling sering terjadi ada empat bagian, yakni:

1. *Ad hominem abusive*

Argumen yang digunakan untuk menyerang kelemahan seseorang secara langsung berkaitan dengan keadaan fisik seseorang atau bahkan memberikan stigma tertentu berkaitan dengan kondisi tertentu secara kasar.

2. *Ad hominem circumstantial*

Argumen yang digunakan untuk menyerang kelemahan seseorang berkaitan dengan latar belakang seseorang atau memiliki kepentingan tertentu.

3. *Ad hominem guilt by association*

Argumen yang didasarkan pada sumber yang dipandang negatif karena memiliki hubungan atau asosiasi dengan orang atau kelompok lain yang telah dipandang negatif.

4. *Ad hominem tu quoque*

Argumen yang meletakkan argumen itu keliru atau menyesatkan dengan menunjukkan bahwa orang yang membuat argumen juga tidak bertindak secara konsisten dengan klaim argumen yang dibuatnya.

### 2.3. Etika Komunikasi Politik

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang artinya kebiasaan. Etika membicarakan tentang kebiasaan (perbuatan), tetapi bukan menurut arti tata adat, melainkan tata-adab, yaitu berdasarkan pada inti atau sifat dasar manusia; baik-buruk (Achmad, 1983). Kata "etika" telah menjadi bagian penting dalam berbagai konteks, termasuk filosofi, ilmu sosial, hukum, bisnis, dan banyak lagi, dan membentuk dasar bagi pemahaman tentang perilaku moral dan nilai-nilai dalam berbagai masyarakat dan budaya. Etika merupakan cabang filsafat yang berbicara mengenai tindakan manusia dalam kaitannya dengan tujuan utama hidupnya. Etika membahas baik-buruk atau benar-tidaknya tingkah laku dan tindakan manusia serta sekaligus menyoroti kewajiban-kewajiban manusia. Etika mempersoalkan bagaimana manusia seharusnya berbuat atau bertindak. Tindakan manusia ditentukan oleh macam-macam norma. Etika menolong manusia untuk mengambil sikap terhadap semua norma dari luar dan dari dalam, supaya manusia mencapai kesadaran moral yang otonom. Etika menyelidiki dasar semua norma moral (Mufid, 2009). Pada kajian tentang etika komunikasi politik fokus kepada komunikator politik, pesan politik dan saluran politik. Sebagai ilmu yang mempelajari tentang moralitas, Etika memiliki beberapa fungsi dan perwujudan yaitu:

1. Etika Deskriptif (*descriptive ethics*)

Etika deskriptif adalah sebuah kajian empiris atas berbagai aturan dan kebiasaan moral seorang individu, sebuah kelompok atau masyarakat, agama tertentu, atau sejenisnya. Secara normatif menjelaskan, secara moral berusaha

untuk mengetahui motivasi, kemauan dan tujuan suatu tindakan dalam tingkah laku manusia.

2. Etika Normatif (*normative ethics*)

Etika normatif mengkaji dan menela'ah teori-teori moral tentang kebenaran dan kesalahan. Merupakan etika yang berusaha menjelaskan mengapa manusia bertindak seperti apa yang mereka lakukan, dan apakah prinsip-prinsip dari kehidupan manusia.

3. Meta-etika (*meta-ethics*)

Meta-etika tidak berkaitan dengan fakta-fakta empiris atau historis, dan juga tidak melakukan penilaian evaluasi atau normatif. Meta-etika lebih mengkaji persoalan-persoalan etika, seperti pertanyaan: apa makna dari penggunaan ungkapan “benar” atau “salah”? Merupakan etika yang mengartikan istilah dan bahasa yang di pakai dalam pembicaraan etika, serta cara berfikir yang di pakai untuk membenarkan pernyataan-pernyataan etika.

Ada perbedaan antara etika dengan etiket, dimana keduanya menyangkut perilaku serta mengatur perilaku manusia secara normatif tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan manusia. Terdapat hubungan paralel antara etika dan komunikasi politik, dimana Prof. Baharudin Lopa mengatakan perlunya dibuat kode etik berpolitik dan pemerintahan. Hal ini dilakukan agar lembaga negara dan politisi memiliki acuan dalam melakukan komunikasi politik.

Dalam tulisan ini peneliti menemukan meta-etika, yakni kajian etika yang membahas tentang ucapan-ucapan ataupun kaidah-kaidah bahasa aspek moralitas, khususnya yang berkaitan dengan bahasa etis (bahasa dalam bidang moral). Bertrand Russel menilai meta-etika secara ontologi apakah etika itu, secara epistemology bagaimana ia hadir, dan secara aksiologi untuk apa ia diimplementasikan (Bertens, 1993). Tindakan etis seseorang atau elite politik bersifat temporal, “baik” sejauh masih sesuai dengan hasratnya, dan dapat berubah “buruk” jika tidak lagi sesuai dengan hasratnya. Dalam konteks komunikasi politik, meta-etika akan mempertimbangkan aspek-aspek etika yang mendasari dan mengarahkan pembahasan etika politik. Didalam meta-etika komunikasi politik terdapat unsur realisme moral, pernyataan kognitif, etika kejujuran, serta respek terhadap nilai pluraritas. Dalam konteks komunikasi politik, pertimbangan ini membantu menganalisis dasar etika dari argumen politik, kebijakan, dan perilaku publik.

Wacana etika komunikasi politik disebut Alois Nugroho (Nugroho, 2011) sebagai *oxymoron*, suatu istilah yang bertentangan dengan fakta politik itu sendiri. Hal ini lahir dari realitas politik yang cenderung tidak mengenal etika sehingga kerap kali praktik politik menghadirkan kejahatan, tipu muslihat dan permainan kotor dalam rangka memperoleh serta mempertahankan kekuasaan. Etika komunikasi politik harus dimaknai secara positif. Hal ini bertujuan untuk menghadirkan wajah komunikasi politik yang baik, ideal, bermartabat, mendatangkan keadilan dan kesejahteraan, serta solidaritas dalam masyarakat. Model komunikasi politik yang menyinggung perasaan



dan merendahkan martabat orang lain serta memanipulasi kepentingan komunikasi jelas bertentangan dengan etika. Etika komunikasi politik adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan politik secara baik, santun, sesuai norma dan nilai etik sebuah masyarakat (Shahreza, 2016). Etika komunikasi politik juga diartikan sebagai kajian tentang baik buruknya suatu tindakan komunikasi politik yang dilakukan manusia, suatu pengetahuan rasional yang mengajak manusia agar dapat berkomunikasi dalam bidang politik dengan baik (Wardhani, 2017). Etika menjadi hal utama dalam komunikasi politik, karena dilakukan di ruang publik (*public sphere*).

Menurut Aristoteles, tujuan etika adalah untuk mewujudkan kebahagiaan individu, sementara tujuan politik adalah kesejahteraan seluruh rakyat. Meskipun kepentingan etika pribadi lebih rendah dibandingkan kepentingan politik, hal ini tidak memicu konflik di antara keduanya. Etika mengandung nilai-nilai keutamaan yang perlu dijadikan sebagai pedoman hidup. Nilai-nilai keutamaan yang dimaksud oleh Aristoteles; berani (*courage*), Sabar dan mampu mengendalikan diri (*temperance*), liberal (bijak menggunakan kebebasannya), agung (menjunjung tinggi etika/akhlak yang baik), kehormatan diri (*pride*), watak dan emosi yang baik dan stabil (*good temper*), ramah tamah (*friendliness*), jujur dan suka kebenaran (*truthfulness*), Arif dalam berpikir dan berbicara (Tubbs dkk, 2000). Etika komunikasi dalam politik adalah tata nilai dalam proses komunikasi dalam kaitannya dengan peristiwa politik sehingga diperlukan pedoman etika politik, yaitu; Pertama, menumbuhkan kebiasaan bersikap adil dengan memilih dan menampilkan fakta dan pendapat secara terbuka. Kedua

mengutamakan motivasi umum dari pada motivasi pribadi. Ketiga, menanamkan kebiasaan menghormati perbedaan pendapat (Wardhani, 2017). Pada umumnya etika komunikasi dinilai dari tiga kriteria yang saling berkaitan yaitu; Maksud si pembicara, sifat dari cara-cara yang diambil, serta keadaan yang mengiringi. Ketiga faktor tersebut berdampak terhadap naiknya kepercayaan atau sebaliknya bisa meruntuhkan rasionalitas. Etika politik berkaitan dengan seluruh aspek kehidupan masyarakat. Etika politik memiliki tiga dimensi yaitu tujuan, sarana, dan aksi politik (Haryatmoko, 2003);

1. Dimensi tujuan mengandaikan pada pencapaian kesejahteraan masyarakat dan hidup damai didasarkan pada kebebasan dan keadilan.
2. Dimensi sarana memungkinkan pencapaian tujuan. meliputi sistem dan prinsip-prinsip dasar pengorganisasian praktik penyelenggaraan negara dan juga mendasari institusi-institusi sosial.
3. Dimensi aksi politik pelaku memegang peran dalam menentukan rasionalitas politik. Rasionalitas politik mencakup rasionalitas tindakan dan keutamaan moral pelaku. Sebuah tindakan politik dikatakan rasional jika pelaku memiliki orientasi situasi dan paham permasalahan yang dihadapi. Bagian ini mengandaikan kemampuan mempersepsi kepentingan-kepentingan yang dipertaruhkan berdasarkan peta kekuatan politik yang ada.

Etika komunikasi politik merupakan upaya untuk menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab. Nilai etika sebuah tindakan juga bisa berbeda dari satu tempat ke tempat yang lain. Perbedaan tersebut disebabkan dari sumber nilai etika yang dipakai pada masyarakat satu tempat berbeda dengan

masyarakat lainnya. Sigmund Freud dalam menganalisis pribadi manusia mempunyai tiga unsur kepribadian, yaitu Id-Ego-Superego (Shahreza, 2016);

1. Id adalah sumber segala naluri atau nafsu. Semuanya berada dalam ketidak-sadaran (bawah sadar). Tujuannya adalah pemuasan jasmaniah. Jadi yang menjadi prinsip baginya ialah kesenangan. Dia tidak mengenal nilai, terutama nilai moral, oleh karenanya ia disebut bersifat immoral.
2. Ego atau akal rasio dan logika (aqlu) adalah tempat dimana Superego dianalisa, dipertimbangkan, untuk kemudian dilakukan atau tidak dilakukan. Dia merupakan pihak pengontrol agar keseimbangan pribadi seseorang tetap ada. Jadi disini seseorang itu sadar terhadap kemauankemauan Id atau Superego. Sebagai pengontrol, maka ia tidak dapat memperhatikan dan memperhitungkan realitas dunia luar.
3. Superego atau qalbu (hati nurani) adalah sumber segala nilai, termasuk nilai moral. Di sini ia pun sebagaimana Id, berada dalam alam bawah sadar. Hanya saja dia lebih menuju kearah prinsip kesempurnaan rohaniah karena disinilah dasar keimanan tertanam (transendental).

Paradigma politik dalam komunikasi dapat dijabarkan sebagai berikut, politik adalah tentang persoalan siapa mendapatkan apa, kapan dan dengan cara yang bagaimana. Sedangkan komunikasi terkait tentang siapa menyampaikan pesan apa, kepada siapa, melalui saluran apa serta efek apa yang diperoleh. Sehingga disimpulkan bahwa, komunikasi politik merupakan persoalan etika karena secara mendasar memenuhi ketentuan-ketentuan dasar etika di mana terletak aktivitas perilaku manusia

yang sarat berbagai cara demi mencapai tujuan yang diinginkannya. Komunikasi politik adalah persoalan etika yang sesungguhnya. Etika merupakan bagian moral yang berlaku bagi semua aktivitas kehidupan termasuk komunikasi politik di dalamnya.

Komunikasi politik tanpa etika tentu berdampak buruk dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Terlebih dalam media yang sangat mendominasi ruang publik. Hal ini berdampak kegagalan dari komunikasi politik itu sendiri yang dapat kehilangan kepercayaan dari masyarakat sebagai pemegang kekuasaan tertinggi dalam sistem demokrasi. Tiga arti penting terkait dengan etika (Bertens, 1993);

1. Sebagai nilai moral dan norma moral yang menjadi rujukan bagi setiap orang atau suatu kelompok dalam mengatur perilakunya, yang disebut sebagai sistem nilai.
2. Sebagai kumpulan asas atau nilai moral yang disebut sebagai kode etik.
3. Sebagai ilmu tentang yang baik atau buruk, yang disebut sebagai filsafat moral.

Etika komunikasi politik sebagai etika individual mendefinisikan lebih jauh tentang kriteria dari komunikasi politik yang baik dan buruk. Teori etika itu ada empat yaitu teori *deontologis*, teori *utilitarian*, teori hak, dan teori keutamaan (Mulder, 2005):

1. *Deontologis*, suatu tindakan dikatakan baik bukan pada tujuan tindakannya akan tetapi, pada tindakan itu sendiri. Pelaksanaannya bersifat wajib (*deon* = wajib) tanpa syarat, imperatif kategoris. Tuntutan deontologis yang bersifat imperatif kategoris pada sebuah tindakan merupakan ciri suatu tindakan yang

baik. Karena itu, tindakan untuk tidak berbohong dan tidak menipu dalam komunikasi politik merupakan tindakan yang baik dan wajib dilakukan tanpa syarat. Teori ini diperkenalkan oleh filsuf Jerman, Immanuel Kant. Dalam deontologis tindakan punya nilai moral dan tindakan ini harus dijalankan berdasarkan kewajiban. Nilai etika tergantung pada kemauan baik yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan itu, berarti walaupun tujuan tidak tercapai, tindakan itu sudah dinilai baik.

2. *Utilitarian*, suatu tindakan disebut baik apabila tindakan itu membawa kebahagiaan bagi sebagian besar orang "*the greatest happiness of the greatest number*". Sebaliknya, tindakan itu buruk apabila tindakan itu membawa keburukan atau kesedihan dan kesengsaraan bagi banyak orang. Teori yang dipelopori filsuf Jeremy Bentham dan kemudian dipopulerkan oleh John Stuart Mill. Ada 2 hal yang mendasar dalam penerapannya Normatif dan psikologis. Dasar normatif adalah setiap tindakan harus mengusahakan kebahagiaan dan menghindari ketidaknyamanan, sedangkan dasar psikologis menyebutkan semua tindakan berorientasi pada keharmonisan dengan sesama manusia. Bahkan *utilitarianisme* bisa membenarkan suatu tindakan yang secara *deontologis* tidak etis sebagai tindakan yang baik dan etis, yaitu ketika ternyata tujuan atau akibat dari tindakan itu bermanfaat bagi banyak orang.
3. Teori hak, merupakan sisi lain teori deontologis. Apa yang menjadi kewajiban pada satu pihak akan menjadi hak bagi pihak yang lain. Suatu tindakan

dikatakan baik kalau tindakan itu memenuhi hak-hak dari pihak yang lain. Adalah hak dari komunikan untuk mendapatkan informasi yang akurat, benar dan tepat. Memperoleh informasi yang salah dan tidak akurat tidak hanya membingungkan, tetapi, juga dapat memproduksi tindakan yang salah dan berakibat buruk bagi komunikan.

4. Teori keutamaan, menekankan pada disposisi watak pelaku, termasuk dalam tindakan komunikasi politik. Orang yang berkeutamaan adalah orang yang memiliki keutamaan moral, seperti kejujuran, kerendahan hati, keberanian, keadilan dan dapat dipercaya. Seorang komunikator politik yang berkeutamaan adalah yang memiliki kejujuran, keberanian dan dapat dipercaya dalam setiap tindakan komunikasi politik yang dilakukannya. Keempat teori tentang etika sangat berkaitan dengan nilai-nilai dan norma moral serta kode etik yang seharusnya dijadikan pedoman bagi seorang komunikator politik di dalam melakukan tindakan komunikasi politik. Pelaksanaan dari nilai-nilai dan norma moral dari keempat teori etika ini sangat tergantung pada kehendak baik dari komunikator politiknya.

Menurut Mochtar Pabottinggi yang dikutip Nurani Soyomukti (Soyomukti, 2013), ada 4 distorsi komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator politik terkait untuk kepentingan politiknya:

1. Distorsi bahasa sebagai topeng. Bahasa sebagai topeng dalam komunikasi politik terkait upaya mengatakan tentang sesuatu yang bukan sesungguhnya,

akan tetapi hanya sekadar eufemisme. Hal ini disebut dengan bahasa topeng. Menyanjung lawan politik hanya sekadar basa-basi politik, misalnya, juga merupakan salah satu jenis bahasa topeng. Dalam bahasa sehari-hari, kita sering mendengar ungkapan “di depan mengatakan begini, tetapi di belakang melakukan yang lain”.

2. Distorsi bahasa sebagai proyek lupa. Tata komunikasi politik disetting sedemikian rupa sehingga masyarakat melupakan fakta sejarah sesungguhnya. Masyarakat atau komunikasi dimanipulasi dengan membelokkan fakta sejarah.
3. Distorsi bahasa sebagai representasi. Lawan politik rezim sering digambarkan sebagai penyeleweng, penganut aliran sesat, dan pemberontak.
4. Distorsi bahasa sebagai ideologi. Dalam komunikasi politik yang ideologis ini cenderung menempatkan rezim penguasa sebagai kelompok yang paling menentukan mana yang benar dan salah.

Etika adalah hal abstrak yang berkaitan dengan persoalan baik-buruk. Sedangkan komunikasi politik lebih bersifat pragmatis, sehingga akan nampak baik atau buruknya komunikasi politik tersebut. Etika dan moral memiliki kesamaan arti, tetapi berbeda dalam pemakaian sehari-hari. Moral digunakan untuk perbuatan yang sedang dinilai, sedangkan etika dipakai mengkaji sebuah sistem yang ada (Nugroho, 2016). Apakah gaya bicara dan pernyataan seseorang di media massa patut dinilai sebagai bertentangan dengan etika komunikasi politik? Ataukah gaya bicara dan pernyataan-pernyataan demikian hanya sekadar masalah etiket komunikasi politik belaka.

Penggunaan kata etika dalam konteks etika komunikasi politik pun mengundang pertanyaan, apakah hal demikian berkaitan dengan tata cara yang tepat atau berkaitan dengan masalah moralitas, misalnya masalah penipuan atau kebohongan publik dalam komunikasi politik. Padahal idealnya, komunikasi yang baik memadukan tata cara dan sopan santun yang baik serta isi pesan yang baik pula. Dengan kata lain, komunikasi yang baik dan benar adalah komunikasi yang *suavi in modo et veritate in re*, yang artinya manis dalam cara dan benar dalam isi.

Dalam kehidupan demokrasi, komunikator politik memang berhak dan bebas berpendapat tanpa takut terhadap setiap tekanan dari pihak mana pun. Namun, setiap pribadi maupun kelompok atau media tertentu dalam kehidupan berbangsa dan bernegara hendaknya memiliki kekuatan pengendalian, Kita harus memiliki kebebasan yang bertanggung jawab dan dikomunikasikan dengan kesantunan (Wardhani, 2017). Kurangnya etika berpolitik sebagaimana perilaku politisi dewasa ini merupakan dampak dari ketiadaan pendidikan politik yang memadai. Bangsa kita tidak banyak mempunyai guru politik yang baik, yang dapat mengajarkan bagaimana berpolitik tak hanya memperebutkan kekuasaan, namun dengan penghayatan etika serta moral. Mengingat seorang staf pemerintahan termasuk sebagai komunikator politik, maka paling tidak harus memiliki berbagai kemampuan sebagai berikut:

- 1) Memiliki kemampuan berkomunikasi, mencakup kecakapan berargumentasi dan cerdas dalam menyampaikan gagasan dan pemikirannya kepada khalayak. Dia dapat mengurai hal yang abstrak menjadi kalimat yang sangat mudah



dimengerti. Komunikator politik harus dapat memahamkan kepada pihak yang ditujuinya maksud politik dan target politiknya.

- 2) Memiliki wawasan yang luas terhadap bidangnya, artinya seorang komunikator harus terlebih dahulu memahami tentang apa yang akan ingin disampaikan. Pesan yang akan disampaikan jelas lebih berbobot jika sang komunikator politik dapat menguasai apa yang akan disampaikan.
- 3) Memiliki kapasitas sebagai pemimpin. Komunikasi politik bukan semata pandai berbicara, tetapi sangat dipengaruhi oleh aspek Bahasa tubuh dan karisma komunikatornya. Sebuah komunikasi akan sangat efektif jika gaya bicara, wawasan dan potensi diri dapat dipengaruhi oleh perilaku komunikatornya.

Keseluruhan kriteria tersebut penting untuk dipenuhi demi terciptanya komunikasi yang efektif dalam ruang Demokrasi. Ini juga sebagai upaya penting menghindari noise (gangguan) yang tak perlu. Mengutip dari pernyataan TGB Zainul Majdi di Majelis Hukama, pemerintah berkomunikasi dari jauh dengan volume yang riuh, tetapi yang diterima oleh masyarakat justru bukan voice-nya (isi dari esensi pesan politik), melainkan hanya noise-nya (kegaduhan yang timbul). Sesungguhnya mereka yang berbicara di ruang publik sadar akan betapa besarnya efek dari apa yang mereka sampaikan di ruang publik. Baik efek secara langsung atau tidak langsung, oleh karenanya para pembicara di ruang publik harus hati-hati dalam memilih kata dan merangkai kalimat. Jika nilai-nilai keutamaan itu melekat pada individu penyelenggara negara maka akan terpuji secara sikap dan memungkinkan terciptanya hubungan sosial

yang harmonis. Sebaliknya, kualitas pribadi yang tidak terpuji akan menimbulkan kondisi yang yang tidak terpuji bahkan cenderung memantik konflik. Dalam ruang demokrasi, akses transmisi opini publik dijamin oleh negara, di mana opini publik muncul dari setiap diskusi orang-orang yang membentuk badan publik. Dalam ruang publik di apapun terdapat standarisasi nilai etika publik yang harus diindahkan. Etika ruang publik diharapkan dapat memberikan kenyamanan dan ketertiban. Bagi mereka yang tidak mengindahkan akan mendapatkan sanksi sosial berupa reaksi yang tidak diharapkan dan tidak pantas berdasarkan nilai sosial.

#### **2.4. Teori Retorika**

Secara etimologis, retorika berasal dari bahasa Yunani, “*rhethrike*” yang berarti seni kemampuan berbicara yang dimiliki seseorang. Aristoteles dalam bukunya “*Rhetoric*” mengemukakan pengertian retorika, yaitu kemampuan untuk memilih dan menggunakan bahasa dalam situasi tertentu secara efektif untuk mempersuasi orang lain. Menurut Aristoteles, retorika adalah kemampuan seorang komunikator untuk mengemukakan sesuatu dan dalam penyampaiannya tersebut, komunikator dapat memberikan efek persuasif kepada para pendengarnya. Dalam demokrasi, akses transmisi opini publik dijamin oleh negara, di mana opini publik muncul dari setiap diskusi orang-orang yang membentuk badan publik. Sehingga komunikator politik wajib memahami nilai-nilai retorika, agar dapat mengemas pesan yang disampaikan di ruang public menghasilkan legitimasi secara utuh. Dalam sikap untuk mencapai

pemahaman, maka komunikator politik hendaknya menaikkan setiap ujaran ke dalam hal yang bisa dipahami untuk menyatakan bahwa klaim tersebut adalah benar.

Politik adalah bidang kegiatan yang pertama-tama memanfaatkan retorika secara terencana, bahkan kehadiran retorika itu sendiri justru didorong oleh kebutuhan politik. Politik memanfaatkan retorika untuk mempengaruhi rakyat dengan materi bahasa, ulasan-ulasan, dan gaya bertutur yang meyakinkan dan mencekam perhatian. Retorika juga sangat memperhatikan etika oleh karena itu, etika juga menjadi ciri utama retorika. Ini berarti bahwa retorika tidak hanya memperhatikan masalah penyampaian pesan dengan bahasa yang baik saja, melainkan lebih daripada itu. Apa yang disampaikan harus dapat dipertanggungjawabkan secara moral. Bahkan cara menyampaikannya pun harus memperhatikan benar aspek moral (Sulistyarini & Zainal, 2020).

Asal konsep retorika adalah persuasi, di mana definisi persuasi digunakan untuk mengubah sikap dan perilaku seseorang dengan menggunakan kata-kata lisan/tertulis, menanamkan opini baru, serta usaha yang dilakukan secara sadar, untuk mengubah sikap, kepercayaan, dan perilaku orang dengan transmisi pesan. Memanfaatkan konsep Aristoteles tentang ethos (kredibilitas pembicara), pathos (emosi audiens), dan logos (logika dan argumen) untuk membangun argumen yang kuat dan mempengaruhi secara menyeluruh. Meskipun tujuannya adalah mempengaruhi, etika tetap menjadi faktor penting dalam penggunaan retorika persuasif. Titik tolak Retorika adalah berbicara, yakni mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Persuasi yang etis memerlukan transparansi, kejujuran,

dan integritas. Pembicara harus berusaha memberikan informasi yang akurat dan memiliki niat baik terhadap audiensnya. Etika komunikasi memiliki akar sejarah dalam analisis retorika dan argumentasi. Tujuan retorika seperti yang dipahami secara tradisional meletakkan dasar bagi apa yang kemudian berkembang menjadi etika komunikasi (Chadwick, 2012). Hal yang menjadi inti tradisi retorika adalah lima hukum retorika atau *The Five Canons of Rhetoric* (Littlejohn & Foss, 2010)

- a. *Invention* atau penemuan mengacu pada penggalian dan penemuan ide atau gagasan serta penelitian khalayak guna mengetahui metode persuasi yang akan digunakan.
- b. *Arrangement* atau penyusunan mengacu pada pengorganisasian ide atau gagasan menjadi pesan.
- c. *Style* atau gaya mengacu pada pemilihan kata-kata atau bahasa yang tepat.
- d. *Delivery* atau penyampaian mengacu pada penyampaian pesan secara lisan oleh retor atau komunikator.
- e. *Memory* atau pengingatan mengacu pada kemampuan retor atau pembicara untuk mengingat apa yang akan disampaikan kepada khalayak.

Meskipun demikian, dalam komunikasi politik tidak cukup hanya dengan menggunakan satu jenis retorika saja untuk mempengaruhi khalayak secara persuasi. Sedang persuasi dapat berarti merayu atau membujuk dengan menggugah emosi, atau dengan cara rasional dengan menggugah khalayak berdasarkan kondisi dan

situasi kepribadian khyalak. Aristoteles mengidentifikasi ada tiga jenis retorika yang sering digunakan dalam peristiwa politik;

1. Retorika *deliberative*, dirancang untuk mempengaruhi orang-orang dalam masalah kebijakan pemerintah dengan menggambarkan keuntungan dan kerugian relatif dari cara-cara alternatif dalam melakukan segala sesuatu. Fokusnya ialah pada apa yang akan terjadi di masa depan jika di tentukan kebijakan tertentu. Seorang politisi dalam hal kajian ini dituntut mampu menciptakan dan memodifikasi pengharapan atas hal-hal yang akan datang. Di dalam seluruh tahap politik kita melihat retorika deliberatif.
2. Retorika *forensik/yuridis* yang berfokus pada apa yang terjadi pada masa lalu sebagai upaya menunjukkan bersalah atau tidak bersalah seseorang yang bisanya digunakan dalam proses pengadilan.
3. Retorika *demonstratif*, wacana yang memuji dan menjatuhkan. Retorika ini sering digunakan untuk memperkuat sifat baik atau sifat buruk seseorang, suatu lembaga, atau gagasan. Menurut Aristoteles, kampanye politik biasanya penuh dengan retorika demonstratif di mana satu pihak menantang kualifikasi pihak lain bagi jabatan di dalam pemerintahan.

Dalam retorika politik, komunikator politik disebut sebagai orator politik. Dimana orator tersebut akan membawa nama lembaga yang diwakilinya atau menunjukkan citra orang yang didukungnya. Ada 3 (tiga) tipe orator/komunikator dalam retorika politik:

- a) *Noble selves*: orang yang menganggap dirinya paling benar, mengklaim lebih hebat dari yang lain dan sulit menerima kritik. Jika tipe ini yang ada dalam diri praktisi *public relation* politik, maka tentu akan menghambat proses *public relation* politik yang sedang dilakukan.
- b) *Rhetorically reflector*: orang yang tidak punya pendirian yang teguh, hanya menjadi cerminan orang lain. Tipe seperti ini akan melemahkan lembaga atau kandidat, karena orator tak memiliki kapasitas untuk membangun diskursus, berpolemik atau mempertahankan ide dan konsep. Karena itu, tidak lebih dari sekedar cerminan kepentingan sepihak.
- c) *Rhetorically sensitive*: orang yang adaptif, dan cepat menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Ini merupakan tipe ideal karena tahu bagaimana dan kapan harus memainkan diri publik (*public self*) dan diri pribadi (*private self*). Cenderung fleksibel, tetapi memiliki konsep diri yang jelas, sehingga bisa menunjukkan ketegasan dan kewibawaannya di depan khalayak.

Retorika politik adalah suatu proses yang memungkinkan terbentuknya masyarakat melalui negosiasi. Dalam hal ini, retorika berkembang menjadi pernyataan umum, terbuka dan aktual, dengan menjadikan khalayak (*public* atau massa) sebagai sasaran yang tercakup dalam ilmu komunikasi. Etika dalam berkomunikasi menjadi penting ketika seseorang sudah sampai ke dalam tahap retorika dimana mereka diharuskan berbicara dan menyampaikan pesan di depan khalayak umum. Aktualisasi dan kompetensi serta reputasi merupakan tiga kunci utama yang sudah selayaknya dimiliki

oleh seorang komunikator. Seorang komunikator yang akan berbicara di depan umum haruslah tahu siapa orang yang akan mereka ajak berkomunikasi. Etika komunikasi tidak semata-mata bisa berjalan tanpa adanya dialog yang dilakukan, maka dari itu etika komunikasi dan dialog saling mempengaruhi dan berhubungan satu sama lain yang nantinya akan membentuk kerangka publik baru mengenai sebuah teori baru, yakni etika komunikasi dialogis (Arnett dkk., 2009). Dalam buku etika komunikasi (Shahreza, 2016)

Dalam retorika komunikasi politik, kesalahan-kesalahan tertentu dapat menjadi lebih menonjol karena pengaruh dan dampaknya pada proses demokrasi dan pandangan masyarakat. Beberapa kesalahan dan masalah etika yang umum terjadi dalam retorika komunikasi politik melibatkan:

1. Pemalsuan fakta (*misrepresentation*): Menyampaikan informasi yang tidak akurat atau memanipulasi fakta untuk memperkuat argumen, yang dapat merusak integritas komunikator politik.
2. Serangan karakter (*character assassination*): Mengecam atau merusak reputasi lawan politik dengan cara yang tidak beralasan atau tidak etis, tanpa berfokus pada isu substansial.
3. Manipulasi emosi (*emotional manipulation*): Menggunakan strategi retorika untuk memanipulasi emosi audiens tanpa menyajikan argumen atau informasi yang jelas.

4. Mengabaikan isu utama (*ignoring the issue*): Menghindari atau mengalihkan perhatian dari isu-isu kritis dengan cara berbicara tentang hal-hal yang tidak relevan.

Kaitan antara retorika dan etika komunikasi politik sangat penting dalam konteks demokrasi dan proses pengambilan keputusan publik. Retorika, sebagai seni dan ilmu penggunaan bahasa untuk mempengaruhi atau meyakinkan orang lain, dapat memainkan peran besar dalam arena politik. Namun, penggunaan retorika yang etis menjadi esensial untuk memastikan bahwa proses komunikasi politik tetap adil, jujur, dan menghormati nilai-nilai demokrasi. Keseimbangan antara retorika yang efektif dan etika yang baik sangat penting untuk membangun masyarakat yang terinformasi, terlibat, dan dapat memahami konsekuensi keputusan politik. Sehingga terciptanya penggunaan bahasa yang jelas dan persuasif untuk menyampaikan pesan dalam transparansi informasi kepada masyarakat, menghindari manipulasi atau penyembunyian informasi yang dapat mempengaruhi keputusan publik. Hanya dengan retorika saja tidak akan cukup untuk membuat diskusi yang sehat, bahkan over-retorika dapat berujung pada diskusi yang sofistik tanpa dilandasi dengan etika.



### **III. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Penentuan paradigma pada ilmu sosial merupakan suatu hal yang penting, mengacu pada pemaparan terkait paradigma menurut peneliti di atas, maka paradigma sejatinya mampu membantu peneliti untuk menemukan sudut pandang dalam melihat suatu permasalahan. Paradigma sangat penting perannya dalam memengaruhi teori, analisis maupun tindak perilaku seseorang. Karena teori dan penelitian ilmu komunikasi sangat berpengaruh terhadap praktek perubahan sosial, maka paradigma ilmu dan penelitian komunikasi merupakan faktor penting dalam menentukan arah perubahan sosial ke depan. Di lain sisi, paradigma juga bermanfaat untuk membantu dalam penentuan teori dan metode yang tepat pada penelitian (Burhan Bungin, 2006).

Adapun penelitian ini menggunakan paradigma kritis, Paradigma kritis pada dasarnya adalah paradigma ilmu pengetahuan yang meletakkan epistemologi kritik Marxisme dalam seluruh metodologi penelitiannya. Fakta menyatakan bahwa paradigma kritis yang diinspirasi dari teori kritis tidak bisa melepaskan diri dari warisan Marxisme dalam seluruh filosofinya. Teori kritis pada satu pihak merupakan salah satu aliran ilmu sosial yang berbasis pada ide-ide Karl Marx dan Engels. Pernyataan utama dari paradigma kritis adalah adanya kekuatan-kekuatan yang berbeda dalam masyarakat yang mengontrol proses komunikasi. Menurut Sindhunata

(Eriyanto 2001:24), kritis lahir karena ada keprihatinan akumulasi dan kapitalisme lewat modal yang besar, yang mulai menentukan dan mempengaruhi kehidupan masyarakat. Realitas dalam pandangan kritis sering disebut dengan realitas semu. Dimana realitas ini tidak alami tapi lebih dikonstruksikan oleh kekuatan sosial, politik dan ekonomi.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis isi kualitatif. Adapun menurut Kriyantono (2012: 251), analisis isi kualitatif merupakan suatu riset yang fokus pada isi komunikasi secara tersurat (*manifest*). Analisis isi digunakan dalam penelitian ini untuk menunjukkan kemampuan penerapan metode dalam menyelesaikan suatu persoalan. Analisis isi kualitatif memiliki kecenderungan memaparkan isi media dilihat dari konteks dan proses dari dokumen-dokumen sumber sehingga hasil yang diperoleh lebih mendalam dan rinci mengenai isi media serta mampu menjelaskan keterkaitan isi media dengan konteks realitas sosial yang terjadi. Hal itu dikarenakan paradigma kajian analisis isi kualitatif memandang pesan.media sebagai himpunan lambang atau simbol yang merepresentasikan budaya tertentu dalam lingkup kehidupan masyarakat (Ida, 2006: 187-188).

Proses penelitian analisis isi dengan pendekatan kualitatif memiliki beberapa tahap yaitu: Pertama, tahap deskripsi atau orientasi yaitu dimana peneliti mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan. Tahap kedua, tahap reduksi, pada tahap ini peneliti mereduksi segala informasi yang telah diperoleh pada tahap pertama untuk

memfokuskan pada masalah tertentu, data yang perlu disortir adalah data yang bersifat menarik, penting berguna dan baru. Tahap ketiga adalah tahap seleksi, pada tahap ini peneliti menguraikan fokus yang telah ditetapkan menjadi lebih rinci. Pada tahap ketiga ini setelah peneliti melakukan analisis yang mendalam terhadap data dan informasi yang diperoleh maka peneliti dapat menemukan tema dengan cara mengkonstruksikan data yang diperoleh menjadi suatu pengetahuan, hipotesis atau ilmu baru (Sugiyono, 2008).

Menggunakan metode analisis isi berarti harus mengamati fenomena komunikasi yang terjadi dan merumuskan apa yang ingin diteliti. Selanjutnya, memilih unit analisis yang akan dikaji dan memilih objek penelitian yang menjadi sasaran analisis. Apabila objek penelitian berhubungan dengan data-data verbal maka perlu disebutkan tempat, tanggal dan alat komunikasi yang bersangkutan. Namun, kalau objek penelitian berhubungan dengan pesan-pesan satu dalam suatu media, perlu dilakukan identifikasi terhadap pesan dan media yang mengantarkan pesan itu. Adapun dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena bakal mengulas secara lengkap bagaimana cara KSP dalam melakukan etika komunikasi politik.

### **3.3. Objek Penelitian**

Objek penelitian pada penelitian ini adalah wacana presiden tiga periode di channel YouTube portal berita online Kompas TV dan TVOne terkait etika komunikasi dalam diskusi publik yang melibatkan pemerintah melalui Tenaga Ahli Kantor Staff Presiden. Sementara subjek pada penelitiannya adalah perwakilan dari pihak

pemerintahan yang kerap mengutus Ali Mochtar Ngabalin sebagai tenaga ahli madya Kedepatian Bidang IV KSP.

Tabel 2. Objek Penelitian

<b>Waktu</b>	<b>Kompas TV</b>	<b>TVOne</b>
3 Maret 2022	Usulan Tunda Pemilu, Demokrasi Mundur? Part 1	
3 Maret 2022	Isu Penundaan Pemilu Kian Merebak, Bagaimana Posisi Istana? Part 2	
3 Maret 2022	Pemilu 2024 Mundur, Siapa Untung? Part 3	
3 Maret 2022	Ali Mochtar Ngabalin: Pemilu Februari Itu Nyata dan Konkret. Part 4	
5 Maret 2022		Penundaan Pemilu Tuai Polemik, Perlukah Presiden Turun Tangan Umumkan Jadwal Pemilu? Part 1
5 Maret 2022		Geram! Ngabalin Berikan Respon Menohok kepada Wasekjen PKB Terkait Penundaan Pemilu. Part 2

### 3.4. Unit Analisis

Unit analisis adalah apa yang diobservasi dan dianggap sebagai data. Adapun yang dijadikan unit analisis dalam penelitian ini adalah teks dalam adegan/scene Ngabalin yang membahas terkait wacana presiden tiga periode. Dalam penelitian ini terdapat dua video yang diambil dari YouTube Kompas TV dan TVOne. Rincinya, video yang diambil dari Kompas TV terdiri atas 4 bagian, sedangkan TVOne terdiri atas 2 bagian.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Bagian ini berisikan pemaparan mengenai jenis teknik yang dilakukan dalam menjalankan penelitian, berdasarkan hal tersebut maka kegiatan pengumpulan data ini bertujuan untuk meningkatkan rasa kepercayaan yang terjalin di antara peneliti dengan informan selama penelitian berlangsung. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian adalah studi dokumentasi. Pengertian studi dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik (Sugiyono, 2008). Sementara dokumentasi dalam penelitian ini berupa diskusi politik yang tayang di channel YouTube portal berita online Kompas TV dan TVOne.

Program Satu Meja milik Kompas TV di tanggal 3 Maret 2022 membahas soal wacana penundaan pemilu. Bahasan tersebut dipecah menjadi 4 bagian video. Setiap video, para narasumber memberikan pandangannya masing-masing soal penundaan pemilu, termasuk Ali Mochtar Ali Mochtar Ngabalin yang menjadi wakil pemerintah. Pendapat yang dia lontarkan menjadi fokus utama penelitian untuk menjawab bagaimana KSP melakukan etika komunikasi politik dalam isu presiden tiga periode.

Program Kabar Petang milik TVOne di tanggal 5 Maret 2022 juga membahas soal wacana penundaan pemilu dan presiden tiga periode. Dalam 2 Bagian Video, program tersebut menghadirkan beberapa narasumber dari berbagai latar belakang. Mulai dari Tenaga Ahli Utama Kantor Staf Presiden Ali Mochtar Ngabalin, Wasekjen DPP PKB Syaiful Huda, Ketua Komite 1 DPD RI Fachrul Razi.

### **3.6.Keabsahan Data**

Penelitian ini menganut pendekatan kualitatif, di mana pada proses analisis data yang berhasil dikumpulkan, penelitian kualitatif menggunakan uji non-statistik, dengan pemaparan secara deskriptif. Teknik pemeriksaan keabsahan data adalah derajat kepercayaan atas data penelitian yang diperoleh dan bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya (Sugiyono, 2008). Teknik keabsahan data pada penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksanaan keabsahan data yang menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada, triangulasi ini memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data penelitian, dengan tujuan untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data penelitian yang diperoleh.

### **3.7. Teknik Analisis Data**

Sugiyono (2007) mengemukakan tiga tahap utama dalam penelitian kualitatif. Di dalamnya mencakup tahap deskripsi, tahap reduksi dan tahap seleksi. Berikut ini detail yang bakal digunakan dalam penelitian ini:

1. Tahap deskripsi atau tahap orientasi

Di tahap ini, peneliti mendeskripsikan seperti apa jalannya diskusi yang membahas soal wacana presiden tiga periode yang diikuti oleh tenaga ahli utama KSP Ngabalin. Peneliti mendeskripsikan satu per satu video yang menjadi unit analisis yang berasal dari Kompas TV dan TVOne.

## 2. Tahap reduksi

Pada tahap ini, peneliti mereduksi segala informasi yang diperoleh pada tahap pertama untuk memfokuskan pada masalah tertentu. Mereduksi data adalah memilah-milah data yang dianggap penting sehingga data memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya. Tujuan penelitian melakukan reduksi data adalah informasi yang didapat dari sumber-sumber atau dokumentasi-dokumentasi dapat memenuhi tujuan penelitian yang sudah ditetapkan. Reduksi data yang dilakukan peneliti ini adalah sampel penelitian yang akan digunakan untuk penelitian ini. Reduksi berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, serta memberikan fokus terhadap suatu hal yang dianggap penting pada sebuah penelitian. Adapun reduksi yang diambil adalah pernyataan Ngabalin yang bernuansa negatif di beberapa video YouTube diskusi wacana presiden tiga periode. Sebab, di dalamnya banyak yang menabrak etika dan tidak pantas diucapkan oleh seorang wakil pemerintah. Berikut ini adalah detail lengkap reduksi data yang peneliti buat:

Tabel 3. Reduksi Data

No	Kalimat	Sumber	Durasi	Tanggal
1	Dialog kita malam ini narasumbernya adalah orang-orang yang memiliki <i>intellectual knowledge</i> yang tinggi, peradabannya sudah bagus, jadi maksud saya, mari kita gunakan forum Satu Meja ini untuk berpikir yang baik, jangan ada yang beropini dan melemparkan opini-opini yang menyesatkan, memframing narasi yang bisa membingungkan publik.	Kompas TV Program Satu Meja - Isu Penundaan Pemilu Kian Merebak, Bagaimana Posisi Istana? Part 2	0.25 – 0.50	3 Maret 2022
2	Jangan membuat framing dalam bentuk tuduhan-tuduhan yang murahan, ini tuduhan-tuduhan sampah		0.53 – 1.02	

3	Bapak-bapak sekalian adalah orang terhormat yang otak, pikiran dan hatinya yang dituntun oleh Tuhan.		2.09 – 2.17	
4	Jangan berwacana atau beropini dengan kata-kata yang menyesatkan.		2.18 – 2.22	
5	Saya mau bilang agar pakai narasi dan otak yang bersih agar publik itu tidak tersesat di alam yang terang benderang.		3.05 – 3.15	
6	Jangan Anda ganggu pikiran Presiden Jokowi.		4.05 – 4.08	
7	Tolong deh jangan diganggu Presiden Joko Widodo-nya, tolong.		10.50 – 10.53	
8	Anda keliru, jangan begitu narasinya.	Kompas TV Program Satu Meja - Pemilu 2024 Mundur, Siapa Untung? Part 3	11.20 – 11.31	3 Maret 2022
9	Saya keberatan kalau Bung Benny menggunakan framing ini membuat rakyat tersesat di alam yang terang benderang.		12.18 – 12.26	
10	Anda membuat rakyat tersesat, semakin bodoh rakyat karena keluar dari pernyataan anggota-anggota yang terhormat seperti sahabatku Benny K Harman ini.		12.33 – 12.43	
11	Jangan begitu, tidak bagus dalam wacana politik. Tidak mendidik rakyat itu. Begitu Bung.		12.44 – 12.50	
12	Saya kira ini nalar yang tidak benar.		6.43 – 6.46	
13	Nalar inilah yang membuat sesat orang tentang alam demokrasi dan politik negara.	6.47 – 6.54		
14	Jangan dibawa ke presiden urusannya.	7.18 – 7.20		
15	Kalau dia dari luar negeri, maka dia tidak ikuti perkembangan dalam negeri yang berkali-kali sudah disampaikan oleh presiden atau kalau dari hutan baru turun dalam kota, dia tidak mengerti.	TVOne Program Kabar Petang - Penundaan Pemilu Tuai Polemik, Perluah Presiden Turun Tangan Umumkan Jadwal Pemilu? Part 1	4.40 – 4.52	5 Maret 2022
16	Jangan pakai cara-cara radikal dalam berpolitik tanah air.		6.14 – 5.18	
17	Pakai pikiran yang sehat, piawai dan cara berpolitik dengan normal.		6.18 – 6.23	
18	Itu baru benar. Itu baru orang punya peradaban dalam berpolitik.		6.33 – 6.39	
19	Wasekjen PKB ini umur berapa tahun, yang mana makhluknya saya tidak tahu, apakah dia sudah lama di Indonesia, hidup sejak kapan mulai memilih.	TVOne Program Kabar Petang - Geram! Ngabalin Berikan Respon Menohok kepada Wasekjen PKB Terkait Penundaan Pemilu. Part 2	0.18 – 0.30	5 Maret 2022
20	Kasih tahu ke saya sejak kapan ada akhlak-akhlak tentang pemilu seperti begini.		0.35 – 0.40	
21	Ngerti nggak ini gimana pelaksanaan pemilu?		1.20 – 1.23	
22	Jangan buat gaduh dengan cara-cara radikal dalam berpolitik.		1.25 – 1.29	
23	Jangan Anda paksakan, hati, pikiran dan nafsu itu dalam ruang publik.		1.30 – 1.37	
24	Ini alam demokrasi, jangan begitu apalagi kepada presiden selaku kepala negara.		1.38 – 1.42	
25	Lu siapa sih, ngomongnya seenak perut begitu? Gitu lho.		1.43 – 1.47	
26	Jangan ke istana dan jangan ke presiden.		2.50 – 2.55	



27	Presiden itu disumpah di depan seluruh rakyat Indonesia, mereka bersumpah demi Allah, lho. Jangan bercanda dalam sumpah di Islam lho, sumpahnya demi Allah lho, Andro. Jadi tidak mungkin Jokowi bercanda.		2.56 – 3.11	
28	Jadi jangan arahkan moncong Anda kepada istana dan presiden.		3.42-3.47	

#### 4. Tahap seleksi

Pada tahap ini, data-data yang telah direduksi akan dikategorisasikan atau diseleksi berdasarkan unit analisis yang telah ditetapkan. Seleksi tersebut diambil berdasarkan hasil data yang diperoleh. Sementara dalam penelitian ini, terdapat beberapa kategori yang digunakan untuk tahap seleksi. Berikut ini detailnya:

Tabel 4. Seleksi Kompas TV

No	Kategori	Sumber	Tanggal
1	Menyerang Personal	Video YouTube Kompas TV Program Satu Meja Tentang Wacana Presiden 3 Periode Part 2, 3, 4.	3 Maret 2022
2	Menuding Lawan Bicara		
3	Militan		
4	Mendominasi Pembicaraan		
5	Konsistensi		
6	Anti Kritik		

Tabel 5. Seleksi TVOn

No	Kategori	Sumber	Tanggal
1	Menyerang Personal	YouTube TVOne Program Kabar Petang Tentang Wacana Presiden 3 Periode Part 1 dan 2	5 Maret 2022
2	Menuding Lawan Bicara		
3	Militan		
4	Mendominasi Pembicaraan		
5	Konsistensi		
6	Anti Kritik		

## V. KESIMPULAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas, maka didapatkan kesimpulan terkait bagaimana tenaga ahli utama KSP Ali Mochtar Ngabalin melakukan etika komunikasi dalam diskusi presiden tiga periode. Adapun kesimpulannya, Ngabalin menampilkan etika yang tidak baik selaku wakil pemerintah. Dalam banyak diskusi, Ngabalin menyerang personal lawan bicaranya, banyak menuding tanpa adanya dasar yang jelas, penyampaian substansi diskusi yang militan, konsisten, serta mendominasi jalannya diskusi. Etika-etika yang dilakukan Ngabalin membuat jalannya diskusi menjadi panas dan menimbulkan banyak percikan untuk pihak lawan bicaranya. Etika menjadi sebuah kata kunci dalam penelitian ini. Sehingga kesungguhan dalam membuat etika itu layak dijadikan sebuah standart dalam setiap pejabat publik ataupun bagian dari pemerintahan.

Peneliti menggolongkan tenaga ahli utama KSP adalah bagian dari politik partisan, di mana lebih cenderung memperjuangkan kepentingan pengikutnya berdasarkan dorongan kepentingan tertentu. Dalam prinsip etika komunikasi, ketulusan dan transparansi harus didasarkan dengan keakurasian dan kejelasan tanpa menyembunyikan informasi yang dapat merusak kepercayaan publik. Selain itu,

menghindari retorika yang membahayakan dengan pilihan kata yang tidak bersifat provokatif atau merendahkan. Serta digunakan nya ad hominem yang memang mendegradasi sebuah nilai-nilai retorika. Dalam penelitian ini, dipertontonkan kemunduran etika komunikasi, di mana persuasi politik menjadi kunci keberhasilan seorang pemimpin dalam menjaga citra serta merespon dan mengubah terhadap opini-opini yang kurang baik terkait pemimpin. Dalam penelitian ini ditemukan 6 poin yang merupakan kurangnya nilai etika komunikasi;

1. Menyerang Personal dengan kalimat “Lu siapa sih, ngomongnya seenak perut begitu? Gitu lho”.
2. Menuding Lawan bicara, dengan Kalimat “Jangan buat gaduh dengan cara-cara radikal dalam berpolitik”.
3. Konsistensi, dengan kalimat “Jokowi tunduk dan patuh pada UU yang mengatur jalannya pemilu di negara ini”.
4. Militansi dengan kalimat, “Presiden itu disumpah di depan seluruh rakyat Indonesia, mereka bersumpah demi Allah, lho. Jangan bercanda dalam sumpah di Islam lho, sumpahnya demi Allah lho, Andro. Jadi tidak mungkin Jokowi bercanda.”
5. Mendominasi Pembicaraan, tampak dalam beberapa kesempatan Ngabalin mulai berapi-api dalam menyampaikan pendapatnya. Dia tak segan memotong lawan bicara demi bisa menyuarakan apa yang ada di dalam benaknya.

6. Anti Kritik, Ngabalin selaku wakil pemerintahan juga tampak anti kritik. Sulit baginya untuk menerima argumentasi kontra dari pihak lawan. Padahal, dalam diskusi politik adalah hal yang biasa untuk saling bertentangan. Namun, dalam hal ini Ngabalin selaku komunikator politik di dalamnya seakan tak ingin ada yang berbeda pendapat darinya.

Etika komunikasi yang seharusnya dilakukan secara positif oleh komunikator nyatanya tidak terjadi. Padahal, pentingnya etika menjadi sebuah standarisasi bagi pejabat publik di mana mereka adalah sebagai perwakilan pemerintah. Bila staf KSP bersikap seperti Ngabalin, maka praktis mengancam kebebasan bersuara dan menyampaikan kritik terhadap pemerintah. Ngabalin memang bertugas meluruskan isu yang beredar, akan tetapi sebagai pejabat publik dirasa perlu memiliki standarisasi dalam hal etika komunikasi politik.

Penekananan dalam penelitian ini adalah pentingnya standart yang tinggi dalam etika seorang pejabat publik serta mampu memahami retorika dalam etika komunikasi. Secara pemahaman dan penerapan dalam setiap ruang diskusi, debat, atau pun orasi. Tujuan etika adalah untuk mewujudkan kebahagiaan individu, sementara tujuan politik adalah kesejahteraan seluruh rakyat. Meskipun kepentingan etika pribadi lebih rendah dibandingkan kepentingan politik. seorang komunikator harus terlebih dahulu memahami tentang apa yang akan ingin disampaikan. Pesan yang akan disampaikan jelas lebih berbobot jika sang komunikator politik dapat menguasai apa yang akan disampaikan.

## 5.2.Saran

Ada beberapa saran yang bisa diberikan, yakni sebagai berikut:

1. Seorang komunikator harus cakap dalam menyampaikan komunikasi politiknya. Mulai dari mengenali situasi komunikasi yang dilakukan, audiens yang dihadapi, serta memperdalam pemahaman topik yang dibahas.
2. Adanya standarisasi etika komunikasi bagi pejabat publik yang menjadi wajah pemerintah. Anggota KSP yang direkrut berdasarkan kapasitas yang melawati *fit and proper*, bukan karena balas jasa pemenangan dan tim sukses belaka.
3. Mengulas kelanjutan wacana kepatuhan Presiden Jokowi pada UU yang disampaikan pihak pemerintah melalui Ngabalin. Sebab, kini Presiden Jokowi berusaha meneruskan kekuasaan lewat Gibran Rakabuming maju sebagai calon wakil presiden berpasangan dengan Prabowo Subianto. Harapannya ada penelitian lanjutan terkait wacana isu presiden tiga periode.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbiyyu, M. D. & Nindyaswari, D. A. (2022). Penggunaan Buzzer dalam Hegemoni Pemerintahan Joko Widodo. *Langgas: Jurnal Studi Pembangunan*, 1(2), 70–81. <https://doi.org/10.32734/ljsp.v1i2.9136>.
- Alfian. (1991). *Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Antaraneews.com. (2020, Juni 16). *Politisi Diharapkan Terapkan Komunikasi Politik yang Sehat*. [www.antaraneews.com/berita/1557588/politisi-diharapkan-terapkan-komunikasi-politik-yang-sehat](http://www.antaraneews.com/berita/1557588/politisi-diharapkan-terapkan-komunikasi-politik-yang-sehat)
- Arnett, R., Harden Fritz, J., & Bell, L. (2009). *Communication Ethics Literacy: Dialogue and Difference*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452204048>.
- Balqis, M. M., Kartika, T., & Anantama, A. (2021). Hegemoni Melalui Media Film Belakang Hotel dalam Perspektif Islam. *Ath Thariq Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4(2), Article 2. [https://doi.org/10.32332/ath\\_thariq.v4i2.2383](https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v4i2.2383).
- Bertens, K. (Kees). (1993). *Etika*. Gramedia Pustaka Utama.
- Burhan Bungin. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Chadwick, R. F. (2012). *Encyclopedia of applied ethics* (2nd ed). Academic Press.
- Corry, A. (t.t.). *Etika Berkomunikasi dalam Penyampaian Aspirasi*.
- Dowding, K. M. (2019). *Rational Choice and Political Power*. Bristol University Press.
- Gramsci, A., Bordiga, A., Tasca, A., & Hoare, Q. (1977). *Selections From Political Writings (1910-1920)*. Lawrence and Wishart.

- Gusfa, H., Heryanto, G. G., Widiastuti, T., Setia, R. N., & Gultom, Y. O. (2021). Communicative Model of Presidential Chief of Staff in Decision Making of Public Policy. *Nyimak: Journal of Communication*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v5i1.2873>.
- Habermas, J. (1999). *The Structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (10. print). MIT Press.
- Haryatmoko. (2007). *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi* (Cet. 1). Kanisius.
- Haryatmoko, J. (2003). *Etika Politik dan Kekuasaan* (Cet. 1). Penerbit Buku Kompas.
- Hermawan, E. (2001). *Politik Membela yang Benar: Teori, Kritik & Nalar* (Cet. 1). Yayasan Kajian dan Layanan Informasi untuk Kedaulatan Rakyat (KLIK) untuk DKN GARDA BANGSA.
- Heryanto, G. G. (2015). Konvergensi Simbolik di Media Online: Studi Perbincangan Netizen tentang Polemik Kasus Century di Era Pemerintahan SBY-Boediono. *Communication*, 6(2). <https://doi.org/10.36080/comm.v6i2.43>.
- Indonesia, & Pusat Bahasa (Indonesia) (Ed.). (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Ed. 4). Gramedia Pustaka Utama.
- Kami, K., & Nesi, A. (2023). Argumen Ad Hominem Sebagai Strategi Komunikasi Para Advokat Dalam Program Kontroversi Metro TV: Sebuah Kajian Kritis. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 9(1), 24–35. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v9i1.9106>.
- Kedeputian IV – Kantor Staf Presiden*. (t.t.). Diambil 20 Januari 2023, dari <https://ksp.go.id/kedeputian-iv.html>.
- KOMPASTV (Direktur). (2022, Maret 3). *Usulan Tunda Pemilu, Demokrasi Mundur? (1) - Satu Meja*. <https://www.youtube.com/watch?v=YDtGS58b2Gk>.
- Kremer, H., & Pristiwasa, I. W. T. K. (2021). *Menulis Itu Mudah Menggunakan Bahasa Indonesia yang Baik dan Benar: Untuk Perguruan Tinggi*. Pradina Pustaka.

- Kustiawan, W., Liusnimun, T., Hidayat, N., & Wahidin, J. (2022). Komunikator Utama dalam Politik, Komunikator Politik dan Kepemimpinan Politik. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v3i1.421>.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Theories of Human Communication: Tenth Edition*. Waveland Press.
- Loresnia, L., & Tamburian, D. (2018). Humas Kantor Staf Presiden dalam Diseminasi Informasi Sosial dan Politik di Media Sosial. *Prologia*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3720>
- Magnis-Suseno, F. (1988). *Etika Politik: Prinsip-Prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern* (Cet. 2). Gramedia.
- McNair, B. (1995). *An introduction to political communication*. Routledge.
- Media, K. C. (2021, Desember 3). *Etika Komunikasi: Pengertian dan Fungsinya*. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/03/175634369/etika-komunikasi-pengertian-dan-fungsinya>.
- Morissan. (2015). *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Prenada Media.
- Mufid, M. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Kencana.
- Mulder, N. (2005). *Inside Indonesian Society: Cultural Change In Java* (3rd ed). Penerbit Kanisius.
- Nikolopoulou, K. (2023, April 21). *Ad Hominem Fallacy | Definition & Examples*. Scribbr. <https://www.scribbr.com/fallacies/ad-hominem-fallacy/>.
- Nimmo, D. D. (1978). *Political Communication And Public Opinion In America*. Goodyear.
- Nimmo, D., & Rakhmat, J. (1999). *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media Pengantar: Jalaluddin Rakhmat*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, A. A. (Ed.). (2011). *Etika Komunikasi Politik*. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.



- Nugroho, A. A. (2016). *Komunikasi & Demokrasi: Esai-Esai Etika Komunikasi Politik*. Kanisius.
- Pejabat Publik Komunikator Utama Kebijakan Publik, Bukan Influencer / Universitas Gadjah Mada. (t.t.). Diambil 20 Januari 2023, dari <https://www.ugm.ac.id/id/berita/19997-pejabat-publik-komunikator-utama-kebijakan-publik-bukan-influencer>
- Qadaruddin, M. (2016). *Kepemimpinan Politik Perspektif Komunikasi*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=rNYvDwAAQBAJ>.
- Shahreza, M. (2016). Etika Komunikasi Politik. *Indigo Media*. [https://www.academia.edu/39248893/ETIKA\\_KOMUNIKASI\\_POLITIK](https://www.academia.edu/39248893/ETIKA_KOMUNIKASI_POLITIK).
- Siswati, E. (2017). Anatomi Teori Hegemoni Antonio Gramsci. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.35457/translitera.v5i1.355>.
- Soyomukti, N. (2013). *Komunikasi politik: Kudeta Politik Media, Analisa Komunikasi Rakyat & Penguasa* (Cetakan Pertama). Intrans Publishing.
- Sulistyarini, D., & Zainal, A. G. (2020). *Buku Ajar: Retorika* (hlm. 1–184). AA Rizky. <http://repository.lppm.unila.ac.id/20318/>.
- Trenggono, N. (2020). Ethical Problems in Communication and Law At The Creation of the Survey's Ethics Board. *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum*, 14(2), 189–202. <https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v14no2.1931>.
- Ugm, K. (2019). Moeldoko Bela Jokowi: Mengungkap Retorika Tersirat yang Digadang-gadang Jadi Mantra Kuat. *Hana Palestri*. [https://www.academia.edu/41260311/Moeldoko\\_Bela\\_Jokowi\\_Mengungkap\\_Retorika\\_Tersirat\\_yang\\_Digadang\\_gadang\\_Jadi\\_Mantra\\_Kuat](https://www.academia.edu/41260311/Moeldoko_Bela_Jokowi_Mengungkap_Retorika_Tersirat_yang_Digadang_gadang_Jadi_Mantra_Kuat).
- Wahidin, S. (2007). *Dimensi Kekuasaan Negara Indonesia*. Pustaka Pelajar.
- Wardhani, A. C. (2017). *Urgensi Etika Dalam Komunikasi Politik*.