



**MEDIA PEWAYANGAN (LUPIT DAN SLENTENG) SEBAGAI  
SARANA KOMUNIKASI POLITIK ANTARA BUPATI  
DENGAN MASYARAKAT DI KABUPATEN TEGAL**

**SKRIPSI**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Prodi Ilmu Politik

Oleh :  
Afia Rofi'ul Azmi  
3312412065

**JURUSAN ILMU POLITIK DAN KEWARGANEGARAAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

**2018**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 13 Maret 2019

Pembimbing I



Drs. Setiajid, M. Si  
NIP. 196006231989011001

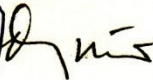
Pembimbing II



Martien Herna Susanti, S.Sos., M.Si  
NIP. 197303312005012001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan  
Politik dan Kewarganegaraan,



  
Drs. Tijan, M.Si

NIP. 196211201987021001

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan didepan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial,  
Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 20 Maret 2019

Penguji I

Moh. Aris Munandar S.Sos, MM  
NIP. 197207242000031001

Penguji II

Drs. Setiajid, M. Si  
NIP. 196006231989011001

Penguji III

Martien Herna Susanti. S.Sos, M.Si  
NIP. 197303312005012001



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Dr. Moh Solehatul Mustofa, M.A.  
NIP. 19630802 198803 1 00 1

## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri. Bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini ditulis atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 11 Maret 2019



Afia Rofi'ul Azmi

NIM. 3312412065

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*“Yang tertunda bukan berarti tidak sukses,, kemauanmu untuk berhasil harus lebih besar dari ketakutanmu akan kegagalan.”.*

- Afra -

### PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT Yang Maha Kuasa, berkat dan rahmat yang diberikan-Nya hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang, saya persembahkan karya ini teruntuk:

1. Bapakku Drs. Darmadi dan Ibuku Tuti Purwaningsih, S.Pd yang telah memberikan motivasi tanpa henti hingga saat ini, mencurahkan kasih serta sayangnya tanpa pamrih, mengajarkan pentingnya arti sebuah perjuangan dalam kehidupan bahwa berjuang sesungguhnya ialah berjuang untuk kebaikan dunia dan akhirat serta merekalah yang selalu mengingatkan tentang agar selalu ingat ibadah dimanapun serta kapapun termasuk dalam menuntut ilmu.
2. Putriku tersayang, Allya Salma Azzahra yang selalu menjadi motivasi lebih dalam menuntut ilmu serta penghibur sepi di keluarga kami.
3. Kakakku yang pertama Ike Putri Setyatama beserta suami Yulistya Adi Nugraha dan kedua Putra Putrinya Ibrahim Fadhil Nugraha dan Fayza Fadhilah Nugraha.
4. Kakakku yang kedua Holy Bagas Anggoro beserta istri Ade Ayu Annisa dan kedua Putranya Hanif Adnan Delanggo dan Hugo Arkan Delanggo.
5. Sahabat yang selalu menemani, menasehati, yang selalu saling mengingatkan, teman diskusi, teman seperjuangan susah dan senang yang mau diajak kesana-kemari:
6. Teman-teman Prodi Ilmu Politik Angkatan 2012 yang sama-sama berjuang menyelesaikan studi ini.
7. Almamaterku tercinta.

## SARI

**Rofi'ul Azmi, Afia. 2018.** Media Pewayangan (Lupit dan Slenteng) sebagai Sarana Komunikasi Politik antara Bupati dengan Masyarakat di Kabupaten Tegal. Skripsi Jurusan Politik dan Kewarganegaraan. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I : Drs. Setiajid , M. Si ; Pembimbing II : Martien Herna Susanti, S.Sos, M.Si.

**Kata Kunci : Media Wayang, Komunikasi Politik, Pesan-pesan Moral.**

Seni pewayangan di Indonesia merupakan produk budaya bangsa, khususnya budaya Jawa, yang hingga saat ini masih cukup signifikan penggemarnya bagi kalangan tertentu (generasi tua). Hal ini sejalan dengan pesan-pesan moral yang terkandung di dalamnya dipandang masih sesuai dengan nilai-nilai kehidupan bangsa kita. Oleh karenanya kalangan dunia pedalangan berupaya memanfaatkannya sebagai media komunikasi massa, termasuk saluran komunikasi politik antara para politisi dengan konstituennya. Demikian halnya dengan Ki Enthus Susmono selaku dalang dan sekaligus Bupati Tegal juga menciptakan kreasi seninya dengan melahirkan tokoh fiksi Lupit dan Slenteng, yang menggambarkan personifikasi orang Tegal asli, yang bersifat jujur, sederhana, apa adanya, ceplis-ceplus dalam berbicara, namun kukuh dalam membela nilai-nilai kebenaran.

Tujuan dalam penelitian ini adalah a) untuk mengetahui bentuk sosialisasi menggunakan wayang dalam komunikasi politik antara Bupati dengan masyarakatnya, b) untuk mengetahui strategi dalam mensosialisasikan wayang dengan lakon Lupit dan Slenteng agar dapat diterima khalayak umum.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Fokus penelitiannya lebih menitikberatkan pada aspek karakteristik komunikasi politik antara Bupati dengan masyarakatnya, maupun bentuk-bentuk komunikasi politik yang diwujudkan melalui media pewayangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara langsung dengan para informan penelitian, yang terdiri dari asisten dalang, staf bagian humas Pemda Kabupaten Tegal, dan beberapa penggemar atau penonton setia Ki Dalang Enthus Susmono. Selain itu, juga dilakukan observasi dengan menyaksikan langsung pagelaran wayang kulit/wayang golek, maupun pengumpulan dokumen yang terkait dengan dunia pewayangan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data penyajian data dan penarikan kesimpulan, serta pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) wayang sebagai bentuk sosialisasi dalam komunikasi politik antara Bupati dengan masyarakatnya tercermin dalam dialog interaktif antara ki dalang (Bupati) dengan para penontonnya (masyarakat). Dialog yang digambarkan melalui tokoh fiksi Lupit dan Slenteng tersebut, utamanya difokuskan dalam bentuk sosialisasi pesan-pesan politik di bidang transparansi pelayanan pemerintahan dan kegiatan pembangunan daerah di wilayah Kabupaten Tegal, 2) strategi dalam mensosialisasikan wayang dengan lakon Lupit dan Slenteng agar dapat diterima khalayak umum diwujudkan dalam bentuk karakter kedua tokoh fiksi tersebut yang menggambarkan personifikasi wong Tegal asli. Melalui strategi ini dimungkinkan khalayak umum selaku penonton mudah memahami pesan-pesan moral yang disampaikan oleh ki dalang.

Atas dasar hasil penelitian tersebut, peneliti mengajukan beberapa saran 1) kepada paguyuban kesenian wayang asuhan Ki Enthus diharapkan lebih meningkatkan kuantitas

pertunjukkannya, 2) kepada warga masyarakat penonton diharapkan dapat meresapi pesan-pesan moral yang disampaikan ki dalang dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, 3) kepada aparat birokrasi juga diharapkan turut berperan aktif dalam upaya mensosialisasikan pesan-pesan moral tokoh Lupit dan Slenteng melalui kegiatan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah.

## PRAKATA

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: “Kekalahan Pasangan Petahana dalam Pilkada Serentak Tahun 2015 Di Kabupaten Kendal”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) pada Jurusan Politik dan Kewarganegaraan di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.

Penyusunan Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Bapak Drs. Moh. Solehatul Mustofa, M.A Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.
3. Bapak Drs. Tijan, M.Si., Ketua Jurusan Politik dan Kewarganegaraan
4. Bapak Dr. Sunarto, S.H., M.Si. selaku penguji sidang skripsi yang telah memberikan nasehat.
5. Bapak Drs. Setiajid, M. Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan nasehat, dan masukan dalam penyusunan skripsi ini serta sabar dalam membimbing skripsi.
6. Ibu Martien Herna Susanti, S.Sos, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan nasehat, motivasi, suport, dan masukan dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak Moh. Aris Munandar, S.Sos, MM., selaku Dosen Wali yang telah memberikan nasehat, wejangan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini serta sabar dalam membimbing skripsi.



8. Bapak Ibu Dosen Jurusan Politik dan Kewarganegaraan yang telah memberi ilmu, pengetahuan, dan wawasan sebagai bekal yang bermanfaat di masa depan
9. Pihak Dinas Kabupaten Tegal yang telah memberikan informasi dalam penelitian ini
10. Tim Sukses pasangan Enthuis-Umi yang telah memberikan informasi dalam penelitian ini
11. Bapakku Drs. Darmadi dan Ibuku Tuti Purwaningsih, S.Pd yang telah memberikan motivasi tanpa henti hingga saat ini, mencurahkan kasih serta sayangnya tanpa pamrih, mengajarkan pentingnya arti sebuah perjuangan dalam kehidupan bahwa berjuang sesungguhnya ialah berjuang untuk kebaikan dunia dan akhirat serta merekalah yang selalu mengingatkan tentang agar selalu ingat ibadah dimanapun serta kapapun termasuk dalam menuntut ilmu.
12. Putriku tersayang, Allya Salma Azzahra yang selalu menjadi motivasi lebih dalam menuntut ilmu serta penghibur sepi di keluarga kami.
13. Kakakku yang pertama Ike Putri Setyatama beserta suami Yulistya Adi Nugraha dan kedua Putra Putrinya Ibrahim Fadhil Nugraha dan Fayza Fadhilah Nugraha.
14. Kakakku yang kedua Holy Bagas Anggoro beserta istri Ade Ayu Annisa dan kedua Putranya Hanif Adnan Delanggo dan Hugo Arkan Delanggo.
15. Sahabat yang selalu menemani, menasehati, yang selalu saling mengingatkan, teman diskusi, teman seperjuangan susah dan senang yang mau diajak kesana-kemari:
16. Teman-teman Prodi Ilmu Politik Angkatan 2012 yang sama-sama berjuang menyelesaikan studi ini.
17. Almamaterku tercinta.

Semarang, 11 Maret 2019



Afia Rofi'ul Azmi  
NIM. 3312412065

## DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL .....	i
PPERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN DAN KELULUSAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
SARI .....	vi
PRAKATA .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
1. Manfaat Teoritis .....	11
2. Manfaat Praktis .....	12
E. Batasan Istilah .....	13
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR .....</b>	<b>16</b>
A. Deskripsi Teoritis .....	16
1. Komunikasi Politik .....	16
a. Pengertian dan Aspek-aspek Komunikasi Politik .....	16
b. Saluran Komunikasi Politik .....	24
2. Wayang sebagai Media Komunikasi .....	33
a. Pengertian dan Macam-macam Wayang .....	33
b. Wayang sebagai Media Komunikasi Politik .....	39
3. Strategi dalam Mensosialisasikan Wayang dengan Lakon Lupit dan Slenteng agar Diterima Khalayak Umum .....	48
4. Hasil Penelitian Pendahulu .....	50
B. Kerangka Berfikir .....	51
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
A. Latar Penelitian .....	53
B. Fokus Penelitian .....	53

C. Sumber Data .....	54
D. Alat dan Teknik Pengumpulan Data .....	56
E. Uji Validitas Data .....	59
F. Teknik Analisis Data .....	60
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
A. Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Tegal .....	63
a. Visi dan Misi Bupati Tegal .....	63
B. Hasil Penelitian .....	66
C. Pembahasan .....	79
<b>BAB V : P E N U T U P .....</b>	<b>99</b>
A. Simpulan .....	99
B. Saran .....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	105

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1 Bagan Proses Komunikasi Politik.....	21
2.2 Bagan Proses Wayang Lupit – Slenteng sebagai Sarana Komunikasi .....	51
3.3 Bagan Triangulasi .....	59
3.4 Bagan Komponen-komponen Analisis Model Interaktif .....	61

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Persetujuan Pembimbing

Lampiran 2: Daftar Nama Informan

Lampiran 3 : Daftar Riwayat Hidup Ki Enthus Susmono

Lampiran 4: Surat Ijin Penelitian

Lampiran 5: Instrumen Penelitian

Lampiran 6: Pedoman dan Hasil Wawancara

Lampiran 7: Peta Kabupaten Tegal

Lampiran 8: Foto Penelitian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara yang menganut paham demokrasi yang telah membudaya dalam kehidupan masyarakat, yang berupa dorongan untuk ikut berpartisipasi dalam memilih atau tidak memilih, sehingga tergantung pada kesadaran politik dari masing-masing anggota masyarakatnya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya ketentuan Pasal 1 ayat (2) UUD 1945, yang merumuskan bahwa kedaulatan berada di tangan rakyat yang dilaksanakan menurut UUD. Ketentuan tersebut menjelaskan bahwa Negara Indonesia merupakan negara demokratis, yang dalam penyelenggaraan pemerintahan mendasarkan pada karakteristik dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat.

Makna demokrasi dalam percaturan dunia internasional dewasa ini pada prinsipnya merupakan indikator perkembangan politik suatu negara. Ciri formal konsep demokrasi diantaranya adalah adanya hak pilih bagi setiap warga negar dewasa dan penyelenggaraan pemilu secara berkala. Demikian halnya dengan penerapan konsep demokrasi di Indonesia, yang antara lain dapat dilihat dalam penyelenggaraan pemilu pada era Orde Lama, Orde Baru, maupun era Reformasi dewasa ini. Pemilu pertama dalam era Orde Lama diselenggarakan pada tahun 1955 dengan sistem multipartai. Era Orde Baru pemilu pertama yang bersifat multipartai dengan peserta 10 (sepuluh) Parpol direalisasikan pada tahun 1971, yang dalam prakteknya Partai Golkar pada masa itu merupakan satu-satunya partai yang berjaya selaku pendukung Pemerintah. Sementara itu penyelenggaraan pemilu yang demokratis di Indonesia baru dapat diterapkan setelah rezim Orde Baru runtuh yaitu dengan lahirnya era Reformasi yang diawali dari pemilu 1999 hingga pemilu 2014.

Dalam penyelenggaraan pemilu tahun 2004 diadakan dua kali, pemilu pertama untuk memilih wakil-wakil rakyat dan pemilu kedua untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden secara langsung. Pemilu dilakukan secara langsung yang diadakan dalam kurun waktu 5(lima) tahun sekali di seluruh Indonesia. Pemilu di Indonesia tidak hanya untuk memilih

Eksekutif dan Legislatif saja, juga terdapat pemilihan Kepala Daerah. Sedangkan pada Pemilu tahun ini mengalami perubahan dengan dikeluarkannya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 Tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota menjadi Undang-Undang.

Pemilihan Kepala Daerah merupakan bentuk penyampaian pesan-pesan politik baik dari kandidat maupun dari Parpol sehingga keberadaan kepala daerah dalam rangka membentuk kekuasaan di tingkat lokal atau daerah yang benar-benar memberikan keefektifan demokrasi ditingkat lokal yang berlandaskan dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat (Narendra, 2011 : 1).

Proses pemilihan kepala daerah, para kandidat melakukan berbagai macam kegiatan untuk sosialisasi dalam memperoleh dukungan seperti melakukan kampanye akbar melalui rapat-rapat umum maupun penggunaan media seperti pembagian *T-shirt*, *sticker*, *poster*, baliho serta pemuatan orasi kampanyenya dalam bentuk pernyataan yang bersifat membujuk di surat kabar.

Pasangan calon sering mengeluarkan beberapa statement kepada masyarakat seperti menjanjikan menyediakan lapangan kerja lebih banyak, pembangunan ekonomi, keadilan sosial dan kesejahteraan masyarakat yang menjadi prioritas para kandidat yang mencalonkan diri sebagai kepala daerah Kabupaten Tegal. Beragam pernyataan para kandidat dalam pemilu dibutuhkan sebagai suatu strategi dalam membentuk pencitraan yang baik dan merupakan strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh calon bupati untuk memperoleh suara atau dukungan. Demikian halnya pilkada tahun 2013 di Kabupaten Tegal yang diikuti oleh 5 (lima) pasangan calon, di mana pasangan Ki Enthus Susmono dan Umi Azizah memenangi pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tegal dengan memperoleh suara 233.318 atau 35,51 persen dengan mengalahkan pesaing terberatnya yaitu pasangan Moh. Edi Utomo dan Abasari yang hanya memperoleh 223.436 atau 33,71 persen. Sementara itu Ki Enthus

Susmono itu sendiri merupakan seorang *Dalang Wayang Kulit dan Wayang Golek* kondang dalam dunia pewayangan.

Menjadi sebuah kajian yang menarik ketika dunia politik dihubungkan dengan dunia wayang. Wayang merupakan bahasa simbol dari hidup dan kehidupan manusia yang bukan sebaliknya, bahwa manusia itu bukan simbol daripada wayang. Betapa sepihya apabila kehidupan tidak ada simbol atau perlambang, karena simbol atau pelambang sesungguhnya dimaksudkan untuk alat komunikasi. Dengan mempelajari dan mengenal wayang, seseorang dapat mengenal hidup dan kehidupan dirinya sendiri.

Wayang merupakan kesenian tradisional rakyat Indonesia yang mampu bertahan dan dapat diakui eksistensinya melampaui lintas zaman dan benua. Jika menengok sejarah budaya Jawa, wayang sudah berkembang sejak abad ke-15 dan hingga saat ini masih banyak penggemarnya meskipun dari kalangan tertentu. Wayang adalah bentuk kesenian yang menampilkan adegan drama bayangan boneka yang terbuat dari kulit binatang, berbentuk pipih, diwarnai dan bertongkat kemudian dimainkan oleh seorang dalang dengan menyuguhkan kisah-kisah atau cerita-cerita klasik seperti Ramayana dan Mahabarata. Cerita wayang tersebut sangat kental dengan budaya Hindu-India yang diadaptasikan dengan budaya Jawa.

Wayang mempunyai pengaruh yang cukup besar dan mendalam terhadap kehidupan masyarakat Jawa, akan tetapi untuk menilai besar-kecilnya peranan wayang sangat tergantung dari tingkat pengetahuan para penontonnya. Hal ini dapat dimengerti karena apabila penontonnya tidak memahami terhadap apa yang disajikan dalam pertunjukan wayang tersebut, maka penontonnya tidak akan dapat mengambil pelajaran yang terkandung di dalamnya. Namun demikian bagaimanapun juga wayang merupakan suatu kesenian, unsur utamanya adalah hiburan yang di dalamnya disisipi dengan tuntunan-tuntunan pelajaran tentang hidup dan kehidupan manusia. Oleh karenanya media wayang tidak hanya untuk hiburan semata-mata, namun di dalamnya juga berisikan sebuah pelajaran tentang kehidupan umat manusia. Jadi kedua unsur tersebut harus dimodifikasi dan dikolaborasikan agar



menghasilkan tontonan yang dapat menghibur yang sekaligus juga memberikan tuntunan tentang kehidupan. Sebagai contoh kesenian wayang dapat dikolaborasi dengan pesan politik dan pembangunan. Dalam penyampaiannya tentu saja melalui lakon, dialog, tembang atau plesetan. Hal itulah yang memperlihatkan modifikasi kesenian wayang, sehingga berhasil atau tidaknya sebuah pertunjukan wayang ditentukan dari kemampuan sang dalang dalam menyampaikan pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat.

Seni pewayangan merupakan produk budaya Jawa paling efektif dalam memperbesar kewibawaan kelas priyayi yang sedang berkuasa. Melalui seni pewayangan segala nilai kearifan dan moral beserta kemasyarakatan yang bersifat feodalistik bisa disebarluaskan hingga ke pelosok pedesaan. Seni pewayangan merupakan salah satu bentuk kesenian budaya klasik tradisional bangsa Indonesia yang telah berkembang berabad-abad (Simuh, 2000:154). Pagelaran wayang kulit mengandung nilai hidup dan kehidupan luhur dalam setiap akhir cerita atau lakonnya memenangkan kebaikan dan mengalahkan kejahatan. Hal itu yang mengajarkan bahwa perbuatan baiklah yang akan unggul, sedangkan perbuatan jahat akan selalu menerima kekalahannya.

Tidak hanya sebagai alat politik yang digunakan sebagai alat berkampanye bagi elit politik namun sebaliknya juga sebagai media kritis sosial-politik baik kepada masyarakat maupun bagi para politisi itu sendiri. Kritik merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kehidupan sosial-politik dalam praktek penerapan sistem politik, kehidupan bermasyarakat, maupun dalam kehidupan bernegara. Langkah untuk mengetahui pengaruh kritik sosial-politik terhadap kehidupan masyarakat dapat dilihat dari pemanfaatan media untuk menyampaikan kritik tersebut di muka umum. Penilaian masyarakat terhadap kritik sosial-politik cenderung negatif karena aktivitas kritik-mengkritik dianggap sebagai awal terjadi konflik sosial-politik. Hal ini dapat terlihat dari respon yang diberikan oleh pihak yang dikritik cenderung menanggapi dengan sifat emosional.

Fenomena ini, membuat para seniman dengan media wayangnya untuk menyampaikan kritik tanpa membuat orang yang menjadi sasaran kritik merasa tersinggung dan emosional.

Dalam kaitannya dengan peranan media pewayangan sebagai media untuk memberikan pengajaran terhadap masyarakat sebagai media kritik yang dilakukan oleh Ki Enthus Susmono selaku Bupati Tegal terpilih, ternyata masih tetap dilestarikannya dalam memimpin penyelenggaraan pemerintahannya hingga saat ini. Selain itu media pewayangan sebagai media yang dipandang tepat dalam penyampaian gagasan di bidang penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan bagi khalayak masyarakat banyak, karena tidak hanya unsur sosial-kritiknya namun juga aspek hiburannya yang dianggap sebagai media yang lembut sehingga tidak terkesan frontal dan kasar bagi para penontonnya. Dengan demikian *Wayang* selain berfungsi sebagai alat hiburan, seni wayang sarat pula dengan kandungan nilai-nilai kehidupan bagi bangsa kita. Oleh karenanya Penulis merasa tertarik dan sekaligus menemukan hal menjadi unik dalam pagelaran tersebut, yaitu apakah lakon yang dibawakan oleh seorang dalang tersebut dapat memberikan dampak yang signifikan sehingga masyarakat dapat menerima pesan yang disampaikan melalui lakon yang dibawakannya. Mengingat lakon-lakon yang dibawakan tersebut pada hakekatnya memiliki kandungan pesan-pesan tersembunyi yang ingin disampaikan melalui pagelaran pewayangan tersebut.

Demikian halnya dengan pagelaran pewayangan dengan lakon '*Lupit dan Slenteng*' yang oleh penciptanya dipandang sebagai *personifikasi* karakter dan perilaku yang hampir sama dengan karakter masyarakat di wilayah Kabupaten Tegal. Sifat apa adanya, solidaritas tinggi serta selalu bangga menyebut daerah asal meskipun berada di wilayah jauh dari tempat kelahirannya. Dua tokoh wayang golek yang diciptakan oleh Ki Enthus Susmono tersebut agaknya mampu mempersatukan masyarakat Kabupaten Tegal. Slenteng merupakan sosok seorang santri kampung dengan penampilan khas kekampungannya. Tokoh ini yang selalu mengenakan sarung kumal diselempangkan di bahu dan sebuah kopiah lusuh menempel di kepala dengan baju koko dan celana hitam bak seorang jawara. Ia adalah sosok rakyat jelata yang lugu penuh dengan kejujuran dan kalau berbicara cenderung apa adanya. Kendati demikian, ia teguh pada kejujuran dan kebenaran yang diyakininya. Bila menghadapi masalah, tidak ada musuh-musuhnya yang mampu mengalahkan termasuk para pejabat

sekalipun. Bahkan banyak pejabat yang mencarinya bila mereka menemukan masalah yang tidak dapat diselesaikannya sendiri untuk mendapatkan solusi dari gagasan yang dimiliki oleh tokoh yang satu ini.

Adapun Lupit yang berbadan gendut adalah kakak Slenteng yang postur tubuhnya kerempeng. Dia berpenampilan tidak jauh berbeda dari Slenteng namun lebih perlente. Ciri utamanya berkain sarung dengan kopiah berbaju koko, bercelana serba hitam serba komprang bak seorang jawara dalam dunia persilatan di Indonesia. Dari segi penampilan Lupit cenderung lebih berwibawa, lebih keren, lebih perlente dan bila berbicara suaranya menggema penuh wibawa walau kadang sedikit pelok logatnya. Lupit lebih mengutamakan kejujuran dengan mendahulukan kepentingan orang banyak dari pada kepentingan pribadi. Dia tidak peduli dengan keadaan dirinya mau difitnah, dihina bahkan diancam kelangsungan hidupnya sekalipun.

Pada dasarnya lakon yang memiliki satu pesan yang sangat menarik dalam kaitannya kritik sosial-politik dan bagaimana seorang dalang mampu menyampaikan pesan-pesan moralnya melalui pagelaran wayang ini. Dalam hal ini menurut Penulis merupakan salah satu hal yang dapat menimbulkan sebuah pertanyaan, bahwa apakah dengan keadaan zaman kemajuan seperti saat ini dengan adanya perkembangan teknologi dan alat-alat komunikasi sebagai sarana kritik sosial yang tentu saja lebih canggih, apakah dengan fenomena kesenian pertunjukan wayang kulit masih mampu menembus fenomena sosial-politik yang berkembang saat ini. Sebagaimana dapat dilihat bahwa anak muda sekarang lebih menikmati dunianya sendiri dengan berbagai teknologiyang sedang berkembang, setidaknya Penulis juga ingin memberikan sebuah pengetahuan tentang bagaimana khazanah dunia perwayangan yang memiliki banyak makna, pesan moral dan sebuah gambaran tentang kehidupan dengan menggunakan media pewayangan, termasuk pesan-pesan apa saja yang terkandung dengan lakon pertunjukan tersebut.

Ki Enthus Susmono selaku dalang pertunjukan wayang kulit dan wayang golek yang menciptakan tokoh Lupit dan Slenteng, dan sekaligus tokoh ini juga tengah menjabat sebagai

Bupati Tegal, sehingga beliau juga berusaha menjadikan dunia perwayangan sebagai sarana komunikasi politik antara Bupati dengan masyarakatnya. Bahkan Ki Enthus sendiri, begitu sapaan akrabnya, merupakan sosok budayawan asli Tegal yang kiprahnya cukup kreatif, inovatif, serta memiliki intensitas eksplorasi yang tinggi terhadap permasalahan sosial, budaya, dan politik yang sedang hangat terjadi di tengah-tengah kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara. Atas dasar kiprahnya tersebut telah menghantarkan dirinya menjadi salah satu dalang kondang yang terbaik di Indonesia. Pemikiran dan gagasannya cenderung mampu menjawab tantangan dan tuntutan yang disodorkan oleh dunia pewayangan terhadap eksistensi keberadaannya selaku dalang wayang kulit maupun wayang golek. Gaya *sabetannya* yang khas maupun kombinasi sabetan wayang golek dan wayang kulit pada setiap pertunjukannya memiliki kekhasan yang berbeda dengan gaya permainan dalang-dalang lainnya. Tokoh ini juga memiliki kemampuan dan kepekaan dalam menyusun komposisi musik pengiring pertunjukannya (*karawitan*), antara musik modern (*alat musik elektris*) dengan musik tradisional (*gamelan*), sehingga mampu menghasilkan harmoni irama musik yang mampu menghidupkan *opera wayangnya*. Di sisi lain, kekuatannya dalam menginterpretasikan dan mengadaptasikan cerita (*lakon*) dengan isu-isu yang sedang berkembang di tengah-tengah masyarakat menjadikan gaya pertunjukan *opera-pakelirannya* cenderung hidup dan interaktif bagi penontonnya. Sementara itu, dalam setiap pertunjukannya juga didukung oleh eksplorasi pengelolaan ruang *artistik-pakelirannya* yang kondusif, sehingga menghasilkan tontonan yang bersifat komunikatif, spektakuler, aktual, dan menghibur.

Oleh karenanya, dalam setiap pertunjukan wayangnya selalu dijadikan sarana komunikasi politik bagi dirinya yang juga berkedudukan selaku Bupati Tegal dengan masyarakatnya; seperti penyampaian program pemerintah daerah di bidang kampanye anti-narkoba, anti-HIV/Aids, isu global-warning, keluarga berencana, pemilu damai, dan lain sebagainya. Dalam kapasitasnya selaku pribadi anggota masyarakat, Ki Enthus juga cenderung berani melontarkan kritik-sosial secara terbuka pada setiap pertunjukan

wayangnya, sehingga mampu memposisikan tontonan wayangnya bukan sekedar media hiburan semata, melainkan juga sebagai media alternatif untuk menyampaikan aspirasi masyarakat pada umumnya. Di sisi lain, selaku Bupati Kepala Daerah, Ki Enthus sudah tentu memanfaatkan media pertunjukan wayangnya sebagai sarana untuk mensosialisasikan program pemerintahan dan pembangunan daerah, sehingga diharapkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat di wilayah Kabupaten Tegal secara optimal.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana wayang sebagai bentuk sosialisasi dalam komunikasi politik antara Bupati dengan masyarakatnya?
2. Bagaimana strategi dalam mensosialisasikan wayang dengan lakon Lupit-Slenteng agar dapat diterima khalayak umum?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bentuk sosialisasi dalam komunikasi politik antara Bupati dengan masyarakatnya.
2. Untuk mengetahui strategi dalam mensosialisasikan wayang dengan lakon Lupit-Slenteng agar diterima khalayak umum.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dalam setiap penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan. Manfaat penelitian ini dibedakan antara manfaat teoritis dan praktis.

### **1. Manfaat Teoritis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pengetahuan, menambah pengalaman bagi peneliti, dan mampu memberikan gambaran komunikasi politik yang berkembang di masyarakat Kabupaten Tegal.

b. Bagi Civitas Akademika

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pengetahuan bagi ilmu-ilmu sosial khususnya tentang komunikasi politik yang dilakukan oleh Bupati Tegal dan menambah koleksi buku-buku perpustakaan yang dapat dimanfaatkan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai studi ilmiah yang memberikan informasi bagi peneliti khususnya tentang pentingnya komunikasi politik bagi para Kepala Daerah dalam penyampaian program pemerintahan dan pembangunan terhadap masyarakatnya.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang pentingnya komunikasi politik bagi masyarakat umum dengan Pimpinan Daerah-nya, sehingga masyarakat mampu dengan bijak memaknai setiap pesan politik yang disampaikan melalui sarana pertunjukan lakon-lakon pewayangan yang bersangkutan.

## E. Batasan Istilah

### 1. Komunikasi Politik

a. Komunikasi

Komunikasi yang dimaksud merupakan pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan, mengkoordinasikan makna antara seseorang dengan khalayak, saling berbagi informasi, gagasan, atau sikap, saling berbagi unsur-unsur perilaku, atau modus kehidupan (Rahmat, 2005 : 5), terutama antara masyarakat dengan Bupati-nya dengan menggunakan media pewayangan. Oleh karena itu, hal-hal yang berpengaruh dalam menyampaikan tujuan politik dianggap penting, misalnya berupa komunikasi dalam penyampaian gagasan

pembangunan maupun sosialisasi kegiatan politik. Sementara itu, pengertian umum dari komunikasi adalah hubungan dan interaksi yang terjadi antara dua orang atau lebih. Interaksi itu terjadi karena adanya seseorang yang menyampaikan pesan dalam bentuk lambing tertentu, yang selanjutnya pesan tersebut diterima oleh pihak lain yang menjadi sasarannya, sehingga sedikit-banyak mempengaruhi sikap dan tingkah laku pihak yang bersangkutan. Dalam kenyataannya setiap anggota masyarakat selalu melakukan komunikasi secara terus-menerus, sehingga dapat difahami bahwa komunikasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh semua anggota masyarakat di mana pun dan bahkan kapan pun.

Adapun komunikasi yang dimaksudkan dalam penelitian (skripsi) ini adalah komunikasi politik dengan menggunakan media wayang (wayang kulit dan wayang golek) sebagai penyampaian komunikasi yang bercirikan kegiatan politik, seperti aktivitas yang berkaitan dengan kekuasaan politik negara terutama bidang penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah di Kabupaten Tegal. Dalam kajian ini Penulis menitik-beratkan pada orientasi budaya politik dalam kegiatan komunikasi antara Bupati dengan masyarakatnya melalui media pertunjukan wayang (lakon Lupit-Slenteng).

#### b. Politik

Pengertian *politik* berasal dari bahasa Belanda *politiek* dan bahasa Inggris *politics*, yang masing-masing bersumber dari bahasa Yunani *politika* (yang berhubungan dengan negara), dengan akar katanya berupa *polites* (warga negara). Secara etimologis kata '*politik*' masih berhubungan dengan kata polisi, kebijakan. Istilah '*politis*' berarti hal-hal yang berhubungan dengan aktivitas politik. Kata '*politisi*' berarti orang-orang yang menekuni hal-ikhwal di bidang politik. Sementara itu pada prinsipnya istilah *politik* berasal dari bahasa Yunani '*polis*' yang berarti kota atau negara kota (Nimmo, 2004 : 115).

### c. Komunikasi Politik

Komunikasi politik (*political communication*) merupakan komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Dalam pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru, melainkan dapat digambarkan secara sederhana bahwa komunikasi politik merupakan bentuk komunikasi antara ‘yang memerintah’ dengan ‘yang diperintah’ (Nimmo, 2004 : 120).

## 2. Media Pewayangan

Perkataan wayang secara harfiah dapat diartikan sebagai bayangan. Sementara itu menurut bahasa Jawa, wayang dapat diartikan sebagai wayangan (layangan), menurut bahasa Indonesia diartikan sebagai bayang-bayang, samar-samar, tidak jelas, menurut bahasa Aceh berarti bayangan atau wayangan, menurut bahasa Bugis artinya wayang atau bayang-bayang. Sedangkan menurut bahasa Bikol atau Jawa Kuno menurut pendapat Kern (2004:34) kata wayang adalah bayangan yang bergoyang-goyang, bolak-balik, berulang-ulang, mondar-mandir, atau tidak tetap.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR

#### A. Deskripsi Teoritis

##### 1) Komunikasi Politik

###### a.) Pengertian dan Aspek-aspek Komunikasi Politik

Pengertian komunikasi politik menurut Nimmo, merupakan sebuah *frase* yang terbangun dari kata *politik dan komunikasi*. Politik berasal dari kata *polis* yang berarti negara, kota, yaitu secara totalitas merupakan kesatuan antara negara (kota) dan masyarakatnya. Kata polis ini berkembang menjadi *politicos* yang artinya kewarganegaraan. Dari kata *politicos* menjadi *politera* yang berarti hak-hak kewarganegaraan. Adapun pengertian komunikasi politik (*political communication*) adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi antara “yang memerintah” dan “yang diperintah”. Selain itu komunikasi politik juga merupakan suatu proses pengoperasian lambang atau simbol komunikasi yang berisi pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengantujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik (Nimmo, 2005:120).

Terkait dengan kata *politik* sebagai sebuah ilmu atau *ilmu politik*, Miriam Budiardjo (2010:6) menjelaskan bahwa ilmu politik pada dasarnya mempelajari negara, tujuan-tujuan negara dan lembaga-lembaga yang akan melaksanakan tujuan-tujuan tersebut, hubungan antara negara dengan warga- negaranya maupun dengan negara-negara lainnya. Lebih lanjut juga dikemukakan bahwa ilmu politik erat kaitannya dengan masalah *kekuasaan* baik dalam kehidupan bermasyarakat maupun

kehidupan bernegara. Hal ini mengisyaratkan bahwa bahasan mengenai politik erat kaitannya dengan masalah kekuasaan negara, baik dalam penyelenggaraan pemerintahan negara termasuk penyelenggaraan pemerintahan daerah di Indonesia.

Sementara itu, pengertian komunikasi itu sendiri menurut Nimmo (2005:6) adalah ‘proses interaksi sosial yang digunakan orang untuk menyusun makna yang merupakan citra mereka mengenai dunia (yang berdasarkan itu mereka bertindak) dan untuk bertukar citra itu melalui simbol-simbol’. Secara *etimologis*, Cangara (2009:18) juga menjelaskan bahwa terminologi komunikasi berasal dari bahasa Latin ‘*communico*’, yang artinya membagi; dan ‘*communis*’, yang berarti membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Aristoteles (385-322 SM) di dalam bukunya ‘*Rethoric*’ merumuskan definisi komunikasi dengan lebih menekankan pada ‘*siapa mengatakan apa kepada siapa*’. Batasan tersebut kemudian dikembangkan oleh Harold D. Laswell selaku ahli ilmu politik menjadi ‘*siapa mengatakan apa, melalui apa, kepada siapa, dan apa akibatnya*’. Lebih lanjut Firmansyah (2008:258) menjabarkannya bahwa komunikasi merupakan suatu proses membangun pemahaman bersama atas suatu hal yang melibatkan dua pihak atau lebih. Tujuan komunikasi bukan hanya sekedar memberikan data atau informasi dari satu pihak ke pihak lain, tetapi juga untuk membangun pemahaman bersama agar kedua belah pihak memiliki persepsi yang sama dalam memandang suatu hal. Atas dasar beberapa definisi komunikasi tersebut, Cangara (2009:20) memberikan kesimpulan bahwa komunikasi merupakan suatu proses yang di dalamnya melibatkan unsur-unsur pendukung (*body of knowledge*), seperti sumber, pesan, media, penerima, pengaruh, umpan-balik, dan lingkungan.

Berkaitan dengan ilmu komunikasi politik pada dasarnya merupakan studi multi-disipliner yang melibatkan beberapa cabang ilmu terutama cabang ilmu komunikasi dan ilmu politik. Hal ini bisa dilihat dari kajian komunikasi politik yang secara umum membahas keterkaitan antara proses komunikasi dan proses politik

yang berlangsung dalam sebuah sistem politik. Kesulitan yang dialami oleh kebanyakan studi multidisipliner seperti studi komunikasi politik adalah sulitnya menemukan keberimbangan penekanan ataupun perspektif dan penguasaan metodologi lintas ilmu.

Selama ini studi komunikasi politik masih lebih banyak menjadi perhatian ilmuwan komunikasi ketimbang ilmuwan politik, sehingga bisa dipahami ketika ada perspektif yang berbeda dalam melihat proses komunikasi politik yang terjadi dalam sebuah sistem politik. Perbedaan penekanan dan perspektif antara ilmuwan komunikasi dan ilmuwan politik dalam melihat komunikasi politik terletak pada:

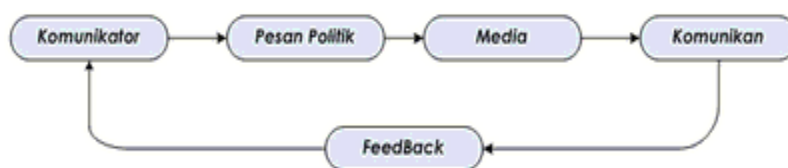
- (1) Ilmuwan komunikasi lebih cenderung melihat peran media massa dalam komunikasi politik, sedangkan ilmuwan politik (khususnya penganut mazhab behavioralisme) cenderung melihat proses komunikasi politik dari segi pesan politik dan aktor politik dalam kegiatan kemasyarakatan.
- (2) Ilmuwan komunikasi cenderung melihat saluran komunikasi politik dalam bentuk media massa sebagai saluran terpenting. Sedangkan ilmuwan politik melihat saluran media massa dan saluran tatap muka yang melibatkan pemimpin opini (*opinion leader*) memainkan peran yang sama pentingnya.

Istilah komunikasi politik dalam ilmu politik memang terbilang masih relatif baru, sekalipun obyek kajiannya sudah lama mendapatkan perhatian dalam ilmu politik seperti partisipasi politik, perilaku pemilih, sosialisasi politik, lembaga politik, dan lain-lain. “*The Politics of Development Area*”, menyebutkan bahwa komunikasi politik merupakan salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik. Adapun fungsi yang dijalankan oleh sebuah sistem politik tersebut menurut Almond (1960) adalah:

- (1) Sosialisasi politik, internalisasi nilai-nilai politik dari satu generasi ke generasi berikutnya.

- (2) Rekrutmen politik, penyeleksian individu-individu yang berkompeten untuk duduk dalam jabatan politik maupun jabatan publik.
- (3) Artikulasi kepentingan, proses penyerapan kepentingan publik atau masyarakat.
- (4) Agregasi kepentingan, proses pengolahan kepentingan publik menjadi alternatif kebijakan untuk dimasukkan dan diproses dalam sistem politik.
- (5) Komunikasi politik, proses penyampaian pesan-pesan politik dalam infra struktur politik, supra struktur politik, maupun dalam masyarakat.
- (6) Pembuatan peraturan, proses pembuatan kebijakan.
- (7) Penerapan peraturan, proses implementasi kebijakan.
- (8) Ajudikasi peraturan, proses pengawasan dan evaluasi kebijakan.

Untuk mempermudah penjelasan, perlu kiranya diberikan sekadar skema proses komunikasi politik. Skema tersebut berguna untuk melakukan analisis atas proses komunikasi politik yang nanti akan dipelajari. Pada komunikasi politik terdapat proses komunikasi yaitu penyebar pesan (komunikator), media dan penerima pesan (komunikan). Suatu komunikasi dapat dikatakan efektif/berhasil bila di antara penyebar dan penerima pesan terdapat suatu pengertian yang sama mengenai isi pesan. Isi pesan disampaikan oleh penyebar melalui lambang yang berarti. Lambang-lambang dapat dikatakan sebagai titian atau kesadaran untuk membawa pesan kepada penerima, lambang-lambang atau simbol-simbol yang digunakan antar mereka dapat terdiri atas: bahasa (baik lisan maupun tulisan), isyarat-isyarat, gambar-gambar, tanda-tanda dan lain sebagainya. Adapun proses komunikasi politik dapat digambarkan pada bagan berikut ini:



**Gambar 1.** Bagan Proses Komunikasi Politik

Sumber: <http://setabasri01.blogspot.co.id/2009/02/komunikasi-politik>.

### Keterangan

- Komunikator = Partisipan yang menyampaikan informasi politik
- Pesan Politik = Informasi, fakta, opini, keyakinan politik
- Media = Wadah (medium) yang digunakan untuk menyampaikan pesan (misalnya surat kabar, orasi, konperensi pers, televisi, internet, demonstrasi, polling, radio)
- Komunikan = Partisipan yang diberikan informasi politik oleh komunikator
- *FeedBack* = Tanggapan dari Komunikan atas informasi politik yang diberikan oleh komunikator

Secara operasional, komunikasi politik juga dapat dinyatakan sebagai proses penyampaian pesan-pesan politik dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu hingga memberikan efek (*feedback*) sebagai umpan-baliknya.

Dari penjabaran fungsi sistem politik tersebut terlihat bahwa komunikasi politik bukanlah fungsi yang berdiri sendiri, tapi *inhern* dalam setiap sistem politik dan dapat ditemukan dalam tiap-tiap fungsi sistem politik yang lain. Proses komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan politik yang terjadi pada saat fungsi-fungsi yang lain dijalankan. Dengan kata lain, komunikasi politik melekat pada fungsi-fungsi yang lain dan merupakan prasyarat yang diperlukan bagi berlangsungnya fungsi-fungsi yang lain. Ketika fungsi sosialisasi politik, rekrutmen politik, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, pembuatan peraturan, penerapan aturan, dan adjudikasi peraturan berjalan, sesungguhnya di dalamnya sedang berlangsung pula proses komunikasi politik.

Semua sistem politik, di mana pun dan kapanpun, memiliki persamaan yang mendasar, yaitu ditinjau dari fungsi yang dijalankan. Sekalipun bentuk atau sifat dari fungsi tersebut bisa berbeda-beda karena dipengaruhi oleh banyak faktor seperti, lingkungan, budaya, dan lain-lain, namun perbedaan itu tidak bersifat mendasar.

Dengan demikian, kajian komunikasi politik dalam ilmu politik yang perlu dicermati adalah:

- 1) Adanya perhatian yang sama besar terhadap arus komunikasi dari atas ke bawah (dari pemerintah/penguasa politik pada masyarakat) dan dari bawah ke atas (dari masyarakat pada pemerintah).
- 2) Indikator arus komunikasi politik dari bawah ke atas atau dari masyarakat ke penguasa politik (*bottom up*) paling tidak bisa dilihat dari *agregasi kepentingan dan partisipasi politik*.
- 3) Komunikasi politik yang ideal dalam sebuah sistem politik adalah ketika dikaitkan dengan demokratisasi. Frekuensi penggunaan komunikasi politik oleh masyarakat merupakan salah satu indikator peningkatan demokratisasi politik, yang menunjukkan arus komunikasi politik tidak sekedar datang dari atas ke bawah, melainkan juga dari bawah ke atas. Hal yang penting di sini adalah keterbukaan saluran komunikasi politik dan keterbukaan penguasa politik.

Peran sebagai komunikator yang dijalankan masyarakat dalam komunikasi politik memerlukan beberapa kualifikasi, yaitu:

- 1) Masyarakat harus mengerti dengan baik masalah yang akan dikomunikasikan. Masyarakat dituntut untuk bisa menjelaskan masalah secara argumentatif dan rasional.
- 2) Masyarakat harus mampu merumuskan masalah atau tuntutan dengan jelas supaya bisa diterima dan dipahami dengan baik.
- 3) Masyarakat harus mampu untuk tidak menyinggung soal diri pribadi pejabat tertentu. Masalah politik adalah masalah rakyat keseluruhan, karena itu tuntutan yang diwarnai oleh sentimen pribadi bisa mengurangi kualitas tuntutan itu sendiri.
- 4) Kualifikasi tersebut berpangkal pada adanya sosialisasi dan pendidikan politik yang baik dalam sebuah masyarakat.
- 5) Adanya ketidakjelasan dan ketumpang tindihan (*overlap*) konsep komunikasi politik dengan fungsi-fungsi sistem politik lainnya ataupun dengan konsep-konsep lain dalam ilmu politik. Hal ini menyebabkan studi komunikasi politik dalam ilmu

politik tidak terlihat nyata, meskipun sebenarnya obyeknya telah banyak dikaji dalam ilmu politik.

- 6) Masih kurangnya penggunaan metode dan pendekatan yang biasa digunakan ilmu komunikasi dalam mengkaji proses komunikasi. Oleh karena itu, untuk memperjelas eksistensi studi komunikasi politik, ilmuwan politik perlu menggunakan bantuan dari ilmu komunikasi yang telah berhasil menciptakan berbagai pendekatan, metode, dan konsep yang bermanfaat bagi para ilmuwan politik.

#### **b) Saluran Komunikasi Politik**

Saluran komunikasi adalah alat serta sarana yang memudahkan penyampaian pesan. Pesan di sini bisa dalam bentuk lambang-lambang pembicaraan seperti kata, gambar, maupun tindakan, atau bisa pula dengan melakukan kombinasi lambang hingga menghasilkan cerita, foto (*still picture* atau *motion picture*), termasuk pementasan drama. Komunikator menyampaikan bentuk-bentuk simbolik dan kombinasinya ini dengan berbagi teknik dan media; misalnya secara lisan melalui perbincangan personal, melalui cetakan seperti koran dan majalah, dan dengan teknik elektronik seperti radio atau televisi. Hal ini mengisyaratkan bahwa saluran komunikasi adalah alat dan sarana yang berfungsi untuk memudahkan penyampaian pesan; termasuk pesan-pesan politik dalam kegiatan komunikasi politik (Nimmo, 2005 : 166).

Lebih lanjut Nimmo (2005 : 167) juga menjelaskan bahwa mengingat hakekat manusia adalah saluran dan juga sumber serta penerima dalam aktivitas komunikasi, maka dalam komunikasi politik yang pertama-tama perlu ditekankan ialah saluran manusia. Namun demikian bukan berarti dengan mengabaikan fungsi saluran lainnya, seperti media mekanis, teknik, dan sarana yang dapat meningkatkan konstruksi citra manusia melalui tukar-menukar lambang. Fungsi alat-alat atau media-media lain tersebut dapat memudahkan, tetapi tidak menentukan bagi peran saluran manusia dalam kegiatan komunikasi politik. Hal ini sesuai dengan hakekat manusia sebagai saluran komunikasi yang memiliki fungsi lebih daripada sekedar sebagai titik-sambungan,

melainkan di dalamnya terkandung makna yang terdiri atas '*pengertian bersama tentang siapa dapat berbicara kepada siapa, mengenai apa, dalam keadaan bagaimana, dan sejauh mana dapat dipercaya*'.

Dalam kegiatan komunikasi politik pada prinsipnya semua bentuk media komunikasi dapat digunakan, karena tujuannya untuk membentuk dan membina serta mempengaruhi pendapat umum. Media yang dimaksud dapat berupa; media yang dapat dilihat oleh mata saja (*the visual media*), media yang hanya dapat didengar saja (*the audial media*), media yang dapat ditangkap oleh mata dan telinga sekaligus dan bahkan kelihatan hidup (*the audio visual media*), serta media interaktif melalui jaringan komputer (internet) atau *cyber media* (Arifin, 2006 : 87). Bentuk media yang hanya dapat dilihat oleh mata saja, seperti surat kabar, majalah, poster, sepanduk; bentuk media yang hanya dapat didengar saja, seperti radio, telepon, sirine, gendang, maupun alat music lainnya; bentuk media yang dapat ditangkap oleh mata dan telinga misalnya film dan televisi.

Penerapan berbagai ragam media komunikasi politik tersebut sudah tentu disesuaikan dengan tipe utama saluran komunikasi politiknya. Ragam saluran komunikasi politik yang dimaksud menurut Nimmo (2005:168) terdiri atas :

(1) *Komunikasi Massa.*

Tipe utama saluran komunikasi massa ini menekankan pada komunikasi '*satu kepada banyak*'. Ada dua bentuk saluran komunikasi massa ini, yang masing-masing mendasarkan pada tingkat langsungnya komunikasi satu-kepada-banyak. Pertama, berupa komunikasi tatap-muka, seperti seorang kandidat politik berbicara langsung di depan trapat umum, atau seorang presiden muncul di depan khalayak besar reporter dalam konferensi pers. Kedua, jika dalam komunikasi tersebut ada perantara yang ditempatkan di antara komunikator dan khalayak, sehingga diperlukan dukungan media, teknologi, sarana, maupun alat komunikasi lainnya, contohnya komunikasi massa berantara



seperti pidato kepresidenan ke seluruh negara (satu-kepada-banyak) melalui media televisi.

(2) *Komunikasi Interpersonal.*

Tipe saluran komunikasi menekankan pada aspek hubungan komunikasi 'satu kepada satu'. Saluran komunikasi ini dapat berbentuk tatap muka langsung maupun berperantara. Contoh saluran komunikasi interpersonal tatap muka, seperti seorang kandidat Presiden (Politisi) yang sedang berjalan melalui orang banyak sambil berjabat tangan, atau seorang Politisi Lokal yang sedang melakukan kunjungan dari rumah ke rumah di daerah pinggiran kota. Sementara itu, untuk contoh saluran komunikasi interpersonal berperantara, seperti adanya sambungan telepon langsung ke kantor seorang Politisi, yang memungkinkan orang-orang yang menjadi pengikutnya dapat melakukan pembicaraan langsung secara pribadi dengan yang bersangkutan terutama tentang masalah-masalah yang menjadi perhatiannya.

(3) *Komunikasi Organisasi.*

Tipe saluran komunikasi ini merupakan bentuk gabungan antara hubungan komunikasi 'satu kepada satu dan satu kepada banyak'. Contoh saluran komunikasi organisasi ini, seperti seorang Presiden melakukan diskusi tatap muka dengan bawahannya. Mengingat organisasi politik saat ini begitu besar anggotanya, sehingga tidak memungkinkan dilakukan komunikasi *satu kepada satu* dengan seluruh anggotanya. Oleh karenanya penerapan komunikasi organisasi saat ini dilakukan dalam bentuk *satu kepada banyak* melalui sarana berperantara seperti penerbitan memorandum, sidang, konvensi.

Adanya keragaman saluran komunikasi politik tersebut sudah tentu memberikan kemudahan bagi para politisi dalam memilih alat dan sarana yang memudahkan dalam penyampaian pesan-pesan politiknya secara efektif kepada khalayak maupun masyarakat pada umumnya. Bahkan kemajuan ilmu dan teknologi

kemunikasi yang amat pesat dewasa ini, muncul pula media baru yang dikenal sebagai '*media sosial*' melalui perangkat komputer dengan istilah '*internet*' atau '*international networking*'. Hadirnya media sosial atau media massa sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan terutama mengenai politik akan mempermudah kepada setiap komunikator politik dalam menyampaikan dan memperkenalkan siapa dirinya kepada khalayak.

Begitu berkuasanya media dalam mempengaruhi pikiran, peranan, dan perilaku penduduk, sehingga Kevin Philips dalam buku *responsibility in mass Communication* mengatakan, bahwa era sekarang lebih merupakan *mediacracy*, yakni pemerintahan media, daripada demokrasi pemerintahan rakyat (Effendi, 1986 : 206).

Kekuatan media massa (*powerful media*) sebagai saluran untuk mempengaruhi khalayak, telah banyak memberikan andil dalam pembentukan opini publik. Kemampuan melipat-gandakan pesan-pesan politik di media massa mempunyai dampak terhadap berubahnya perilaku masyarakat dalam bidang politik, seperti pada penentuan pilihan terhadap seorang kandidat dalam penyelenggaraan pemilu. Oleh karenanya, bagi para elit politik yang ingin bertarung memperebutkan kursi kekuasaan, akan berusaha memanfaatkan media massa untuk tujuan publikasi dan pembentukan citra diri. Media dalam bentuk apapun adalah saluran komunikasi seorang kandidat kepada khalayak yang dikatakan efektif dan efisien pada masa kampanye modern saat ini, termasuk di dalamnya bagi seorang Kepala Daerah dalam mengkampanyekan program-program pembangunan bagi rakyatnya. Ada beberapa media yang sangat penting dalam mempublikasikan agenda politik baik bagi seorang kandidat maupun seorang Kepala Daerah di wilayahnya, yaitu :

- 1) *Media telepon*, merupakan alat komunikasi lisan satu-kepada-satu yang memiliki beberapa kegunaan bagi kampanye kontemporer. Media ini kerap digunakan bagi hubungan pribadi jika organisasi kampanye ingin

mengumpulkan dana, mengarahkan pemilih untuk datang ke tempat kampanye. Terkadang media telepon juga biasa digunakan untuk memperkenalkan kandidat melalui rekaman suara yang dapat diputar berulang kali. Telepon pun hingga saat ini masih digunakan sebagai media *survey* tentang opini para pemilih; polling telepon, dengan menggunakan sistem pemutaran nomor secara acak disertai kuesioner pendek yang mudah dipahami; prosedur utama survey.

- 2) *Media radio*, Menurut McLuhan, terdapat resonansi antara radio dan telinga serta pikiran manusia, resonansi yang menyajikan peluang besar bagi kampanye radio. Di samping itu, radio juga merupakan saluran massa bagi kaum minoritas walaupun dalam perkembangannya kaum mayoritas pun masih belum bisa meninggalkannya. Meski radio tidak menampilkan visual/gambar hidup, namun media satu ini bisa merambah ke lokasi di mana media lain susah bahkan tak bisa menjangkaunya.
- 3) *Media Televisi*, Di Amerika, penggunaan televisi sebagai media kampanye sudah sejak dasawarsa 1950-an dan 1960-an dimulai. Penekanan dalam kampanyenya pun beragam, mulai dari pembuatan citra; di mana penggunaan media ini untuk memproyeksikan atribut-atribut terpilih dari kandidat. Hingga penekanan berkembang pada tahun 1970-an menjadi pengaturan dan pembahasan pokok masalah kampanye. Teknik untuk membangun citra sang kandidat pun beragam dari melalui publisitas gratis hingga pada beriklan di televisi yang mesti bayar. Sebenarnya sudah ada pengaturan tentang tata cara beriklan di media massa, terutama di televisi. Namun tetap saja banyak terjadi kecurangan di sana-sini, hingga terjadi ketidak-adilan dalam peliputan berita kampanye pada Pilpres 2009 yang lalu. Peliputan berita kampanye pasangan kandidat tertentu mendapat durasi yang relatif lebih panjang dibanding pasangan kandidat yang lainnya. Hal ini dikarenakan pemilik stasiun televisi tersebut adalah “*orang dekat*” dari pasangan tersebut. Atau bisa juga karena pasangan kandidat tersebut

memiliki dana kampanye yang cukup banyak untuk dapat memasang iklan berlebih pada media tersebut.

- 4) *Media Cetak*, Meskipun media elektronik ditambah dengan media inovasi sudah semakin maju, tetap saja media cetak belum akan ditinggalkan khalayak massa. Terdapat dua tipe media cetak yang kerap dijadikan sebagai media kampanye, yakni melalui surat langsung dan surat kabar atau majalah. Mereka menemukan bahwa, surat langsung tidak memiliki cukup pengaruh terhadap tingkat informasi pemilih, pandangan kandidat, tujuan memberikan suara dalam pemilihan, atau pemilihan kandidat.
- 5) *Surat Kabar*. Tiga tipe isi surat kabar yang bertindak sebagai sarana bagi komunikasi kampanye, yakni ihwal berita, editorial, dan iklan. Semuanya membantu pembinaan citra dan penyajian masalah. Namun, pembuatan citra adalah yang paling utama. Setelah dilakukan penelitian terhadap ketiga tipe isi surat kabar dalam hal kampanye politik, maka didapatkan sebuah kesimpulan bahwa materi yang disajikan lebih kepada citra sang kandidat ketimbang masalah yang dihadapi. Dalam pemilu 2009, media surat kabar menjadi ruang publisitas politik di antara partai-partai peserta pemilu, mengingat salah satu media yang cukup representatif untuk mensosialisaikan agenda-agenda partainya masing-masing (<https://rosit.wordpress.com/2009/12/09/media-sebagai-saluran-komunikasi-politik/> (diakses tanggal 27 November 2016 pukul 14.30)).

Di tengah-tengah segitiga persaingan memperebutkan pendapatan biaya pengiklan dan perhatian publik, media telah mengembangkan dalam berbagai peran. Sebagai media informasi, radio dan televisi unggul dalam penyampaian berita yang dilengkapi dengan ulasan penjelas atas pesan-pesan yang disampaikannya. Kalau media siaran memberi perhatian pada suatu peristiwa

dan dipandang kurang efektif, maka celah inilah yang kemudian diisi dengan media surat kabar maupun media cetak lainnya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam era kemajuan teknologi digital saat ini, pada dasarnya keragaman saluran komunikasi politik baik yang bersifat konvensional maupun mutakhir, masing-masing dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan-pesan politik secara efektif sesuai peruntukannya. Oleh karenanya, para politisi berusaha menggunakan berbagai saluran komunikasi politik yang dipandang tepat untuk menyampaikan pesan-pesannya kepada masyarakat luas.

## 2) Wayang sebagai Media Komunikasi

### a) Pengertian dan Macam-macam Wayang

Pagelaran wayang kulit purwa (kuno) sebagai sarana sosialisasi politik pada dasarnya telah dimulai sejak penyelenggaraan Pemilu pertama di Indonesia (tahun 1955), dan terus dikembangkan dalam berbagai aktivitas kegiatan perpolitikan di tanah air hingga berakhirnya masa Orde Lama. Dalam praktek pertunjukan atau pagelaran wayang kulit saat itu, pada prinsipnya telah banyak terjadi pergeseran '*pakem*' atau '*acuan cerita pokok*' daripada eksistensi dunia pewayangan yang mengacu pada kisah-kisah klasik '*Ramayana*' dan '*Mahabharata*'. Hal ini berakibat pagelaran wayang cenderung kehilangan esensinya, yang semula ditujukan untuk memberikan '*pencerahan batin*' bagi penikmatnya dan sekaligus sebagai sarana hiburan rakyat secara gratis. Bahkan dalam perkembangannya ruang gerak pemanfaatan media kesenian wayang kulit sebagai sarana komunikasi politik menjadi semakin luas. Perkembangan tersebut tidak hanya sebatas pembuatan '*lakon carangan (fiksi)*' yang keluar dari pakemnya, melainkan juga merambah kepada ranah '*kemasan (kitsch)*', dan berusaha untuk *sekongruen* mungkin dengan aspek ekspektasi psikologis para penonton yang notabene selaku *simpatisan* maupun *konstituen* potensial dari politisi yang menyelenggarakan pagelaran

tersebut. Pemanfaatan media wayang kulit sebagai sarana komunikasi bagi para politisi pada dasarnya dimaksudkan untuk memenuhi keinginannya dalam mencapai sebuah '*pencitraan ideal*', sebagai salah satu bentuk solusi dalam menyelesaikan problematika masyarakat maupun sebagai sarana untuk mengumpulkan massa (*mass gathering*). Selain itu, media pagelaran wayang kulit ini juga dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan politik dalam rangka pembangunan citra politis dalam mengidentifikasi diri ataupun personifikasi identitas, ideology, dan cita-cita politisnya ke dalam lakon-lakon yang dipagelarkan, khususnya lakon-lakon carangan atau fiksi yang diciptakan untuk itu (Wiratama, 2010 : 5).

Perkataan wayang itu sendiri menurut bahasa Jawa; adalah wayangan (layangan), menurut bahasa Indonesia; adalah bayang-bayang, samar-samar, tidak jelas, menurut bahasa Aceh; bayangan arti wayangan, menurut bahasa Bugis; wayang atau bayang-bayang. Sedang dalam bahasa Bikol (Jawa kuno) menurut pendapat Kern (2004:34) wayang adalah bayangan yang bergoyang-goyang, bolak-balik (berulang-ulang) mondar-mandir, tidak tetap. Arti harfiah dari wayang adalah bayangan, tetapi dalam perjalanan waktu pengertian wayang dapat berarti pertunjukan panggung dan teater atau dapat pula berarti aktor dan aktris. Wayang sebagai seni teater berarti pertunjukan panggung dimana sutradara ikut bermain. Secara etimologi wayang sebagaimana pendapat R.T. Josowidagdo adalah berasal dari bahasa '*ayang-ayang*' (bayangan) karena yang dilihat adalah bayangan dalam kelir (tabir kain putih sebagai gelanggang permainan wayang). Bayangan tersebut nampak karena sinar blencong (lampu di atas kepala sang dalang). Ada juga yang berpendapat bahwa wayang berarti bayangan angan-angan, sehingga segala bentuk apa saja dari wayang adalah disesuaikan dengan adanya kelakuan tokoh yang dibayangkan dalam angan-angan itu.

Wayang sebagai salah satu seni pertunjukan sering diartikan sebagai bayangan yang tidak jelas hanya samar-samar bergerak ke sana ke mari. Dengan bayangan

yang samar-samar tersebut tidak diartikan sebagai gambaran perwatakan manusia, lebih dari itu sering pula dimaksudkan sebagai penggambaran kehidupan manusia di masa lampau. Kata wayang dapat diartikan sebagai gambaran atau tiruan manusia yang terbuat dari kayu, kulit, dan sebagainya untuk mempertunjukkan sesuatu lakon (cerita). Arti lain dari kata wayang adalah ayang-ayang (bayangan), karena yang dilihat adalah bayangan di kelir (tabir kain putih sebagai gelanggang permainan wayang). Disamping itu, ada yang mengartikan bayangan angan-angan, yang menggambarkan perilaku nenek moyang atau orang yang terdahulu (leluhur) menurut angan-angan, karena terciptanya segala bentuk wayang disesuaikan dengan perilaku tokoh yang dibayangkan dalam angan-angan.

Adapun arti wayang menurut istilah yang diberikan oleh Th. Piqued ialah (dalam Darori, 2000:11):

- 1) Boneka yang dipertunjukkan (wayang itu sendiri).
- 2) Pertunjukannya, dihidangkan dalam berbagai bentuk, terutama yang mengandung pelajaran (wejangan-wejangan), yaitu wayang purwa atau wayang kulit yang diiringi dengan teratur oleh gamelan (*instrument*) slendro.

Pagelaran wayang kulit di Indonesia dewasa ini, menurut Seno Sastroamidjojo (2000:37) pada dasarnya ada 3 (tiga) macam bentuk, yang terdiri dari:

- 1) *Wayang Purwa*.

Bentuk boneka wayang kulit ini merupakan bentuk yang pertama di zaman purbakala. Pada umumnya lakon yang dipagelarkan untuk jenis wayang ini berupa kisah-kisah yang diambil dari kitab *Mahabharata* atau *Ramayana* sebagai buah kebudayaan Hindu. Menurut '*Serat Pustakaradjapurwa*' dijelaskan bahwa wayang purwa itu merupakan suatu alat untuk menggambarkan kehidupan umat manusia atau masyarakat di pula Jawa terutama pada zaman purbakala. Bentuk boneka pada wayang purwa adalah sangat berbeda dibandingkan dengan bentuk tubuh manusia pada umumnya.

Boneka wayang ini diukir pada kulit menurut sistem tertentu, dengan perbandingan (proporsi) antara bagian badannya masing-masing tidak seimbang satu sama lain, namun segala sesuatu mengenai ukuran tersebut dibuat menurut cara dan anggapan tertentu (*gestyleerd, stylized*).

## 2) *Wayang Madya*

Munculnya jenis wayang madya ini sekitar tahun 1880, di tengah-tengah suatu masa tertentu di antara masa *Yudayana*, anak Parikesit, dan permulaan masa *Jayalengkara*. Jenis wayang ini diciptakan oleh K.G. Mangkunegara IV di Solo, yang idenya diturunkan dari jenis wayang purwa yang telah ada. Pertunjukan pagelaran wayang kulit madya ini diwujudkan dalam bentuk berbagai lakon yang ada sangkut-pautnya dengan sejarah kerajaan-kerajaan di nusantara terutama di tanah Jawa. Irama lagu-lagu pengiring atau gamelannya dengan menggunakan *patet barang* ciptakaan K.G. Mangkunegara IV sendiri.

## 3) *Wayang Wusana*.

Jenis *wayang wusana* atau *wayang wasana* (yang terakhir) atau dikenal pula dengan istilah wayang klitik, merupakan bentuk wayang kulit yang kisah-kisah dipagelarkannya erat kaitannya dengan sejarah kerajaan Islam, terutama kerajaan Demak dan Pajang di Jawa Tengah.

Selain ketiga bentuk wayang kulit di atas, meskipun sudah tidak banyak dipertunjukkan lagi, namun dalam perkembangan sejarah dunia pewayangan di Indonesia pernah ada pula beragam bentuk-bentuk wayang lainnya, seperti Wayang Gedok (Wayang Antara), Wayang Klitik (Wayang Krucil), Wayang Golek, Wayang Menak, Wayang Beber, Wayang Dobel, Wayang Pancasila, Wayang Suluh, Wayang Dupara, Wayang Wahana, dan Wayang Katolik (Sastroamidjojo, 2000:40).



Adanya keragaman berbagai bentuk wayang kulit dalam sejarah pewayangan di Indonesia (khususnya Jawa), menurut Franz Magnis Suseno (2004:160) menggambarkan bahwa *'etika orang Jawa'* dalam memandang kehidupan erat kaitannya dengan filosofi kisah-kisah wayang purwa (klasik), yang nota bene hingga saat ini pagelarannya masih banyak digemari oleh penontonnya. Lakon-lakon wayang purwa diambil dari 4 (empat) siklus yang bahannya sebagian besar berasal dari India, yaitu; (1) mitos-mitos masa permulaan kosmos yang mengenai dewa, raksasa, dan manusia pada permulaan zaman, (2) siklus *Arjuna Sasrabahu* yang memuat pendahuluan epos *Ramayana*, (3) siklus *Ramayana*, dan (4) siklus *Mahabarata*. Pada kalangan masyarakat Jawa hingga saat ini siklus Mahabarata-lah yang paling populer. Bahkan pagelaran semalam-suntuk masih sering diperagakan pada pelbagai kesempatan sosial ataupun kerumah-tangga, yang dimaksudkan untuk menjamin agar segala sesuatu berjalan dengan baik dan untuk mencegah pelbagai bahaya. Begitu pula dipagelarkan pada hari-hari penting kehidupan seseorang, seperti perkawinan, melepas tali puser anak-bayinya, khitanan, permulaan pembangunan rumah, maupun syukuran kenaikan pangkat seseorang.

Lebih lanjut Franz Magnis Suseno (2004:161) juga menjelaskan bahwa dalam pagelaran wayang kulit penonton disuguhkan dengan sejumlah besar pribadi yang beraneka ragam, ada dewa, brahmana, ksatria, raksasa (buta), dan punakawan. Kebanyakan berpihak pada salah satu dari dua kamp yang saling berperang atau bertentangan prinsip hidup. Dalam epos *Ramayana*, kamp Rama melawan kamp Rahmana; dalam epos *Mahabarata*, kelima kakak-beradik Pandawa melawan kesembilan puluh sembilan kakak-beradik Kurawa. Setiap pangkat (status) mempunyai norma-norma kelakuannya sendiri, begitupun dengan setiap tokoh wayang pun mempunyai nasibnya sendiri yang ditentukan oleh para dewa. Apabila setiap tokoh wayang memenuhi tugasnya masing-masing, maka terwujudlah tatanan seluruh alam semesta dan terpeliharalah kehidupan seluruh umat manusia. Prinsip-

prinsip hidup dunia pewayangan inilah yang dapat dipahami oleh orang Jawa sebagai acuan kehidupan nyata di lingkungan masyarakat, khususnya terhadap pilihan perilaku baik ataupun buruk, sebagai sebuah etika kehidupan yang dipercaya mampu menciptakan keharmonisan dalam pergaulan hidup sehari-hari.

#### **b) Wayang sebagai Media Komunikasi Politik**

Dalam perkembangan dunia pagelaran pewayangan dewasa ini, terutama untuk jenis wayang kulit purwa dan wayang golek sunda, oleh para tokoh pewayangan di Indonesia senantiasa dikembangkan melalui berbagai bentuk kreasi baru di dalam pementasannya. Latar belakang gagasan para tokoh pedalangan dalam merumuskan kreasi baru tersebut diilhami oleh sikap dan upaya untuk mempertahankan *keadilan* budaya wayang dan seni pedalangannya. Sikap melestarikan wayang sebagai warisan budaya leluhur ini, terlihat dari garapan ceritanya tidak hanya terbatas pada pakem-pakem lama saja, melainkan digubah secara kontekstual dengan situasi dan suasana kehidupan masyarakat saat ini. Begitupun dengan perkembangan dunia pedalangannya, juga dikolaborasikan dengan kemajuan teknologi modern seperti tata cahaya dan tata suara yang dikemas secara canggih sehingga menghasilkan efek-efek yang mengesankan guna meningkatkan daya pesona pertunjukan wayang itu sendiri.

*Wayang sebagai Karya Agung Dunia*, merupakan wujud kepedulian UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation*) dalam memusatkan perhatiannya terhadap perlindungan budaya tradisional dunia, termasuk adat-istiadat dan kesenian di Indonesia. Pada tahun 1997 salah satu lembaga PBB ini menyusun peraturan mengenai *Masterpiece of Oral and Intangible Heritage of Humanity* (Karya-karya Agung Lisan tak Benda Warisan Manusia). Hal ini dimaksudkan untuk; (1) kesadaran masyarakat dunia terhadap nilai-nilai warisanbudaya tak benda, (2) mengevaluasi dan mendaftarkan situs dan warisan

budaya tak benda, (3) membangkitkan semangat pemerintah negara yang bersangkutan supaya mengambil tindakan-tindakan hukum dan administrasi guna melestarikan warisan budaya tak benda, dan (4) mengikutsertakan seniman setempat dalam dokumentasi pelestarian dan pengembangan warisan budaya tak benda. Upaya lembaga PBB dalam mendokumentasikan *Karya Agung Budaya Dunia* tersebut, dengan mempersyaratkan 6 (enam) indikator; (1) nilai luar biasa sebagai karya agung ciptaan manusia, (2) berakar dalam tradisi budaya atau sejarah budaya masyarakat yang bersangkutan, (3) berperan sebagai sarana pernyataan jadi diri bangsa atau suku bangsa yang bersangkutan dan berfungsi sebagai sumber inspirasi pertukaran budaya, sebagai sarana yang membuat rakyat semakin dekat satu sama lain, serta peran sosialnya masa kini dalam masyarakat yang bersangkutan, (4) kegunaan dalam penerapan ketrampilan dan sifat teknik yang diperlihatkan, (5) peranannya sebagai tradisi budaya yang hidup, dan (6) resiko budaya yang bersangkutan bisa punah karena kekurangan sarana untuk melestarikan dan melindunginya. Sebagai tindak-lanjutnya, maka Pemerintah R.I. merekomendasikan pada asosiasi *SENAWANGI* (Sekretariat Nasional Pewayangan Indonesia) dan *PEPADI* (Persatuan Pedalangan Indonesia) guna mempersiapkannya. Selanjutnya asosiasi merumuskan 5 (lima) jenis kesenian wayang yang dipandang telah memenuhi persyaratan tersebut, yaitu; (1) wayang kulit purwa Jawa dari Jawa Tengah, (2) wayang parwa Bali dari Bali, (3) wayang golek Sunda dari Jawa Barat, (4) wayang Palembang dari Sumatera Selatan, dan (5) wayang Banjar dari Kalimantan Selatan. Alhasil pada tanggal 7 Nopember 2003 di Paris Perancis, hasil karya agung anak bangsa Indonesia tersebut memperoleh penghargaan sebagai '*Karya Agung Dunia*' bersamaan dengan 30 (tiga puluh) negara lain yang karya budayanya dinyatakan sebagai karya agung dunia. Tahun berikutnya atau tepatnya tanggal 14–30 April 2004 dua orang dalang kondang Indonesia dikirim selaku duta seni ke Paris Perancis (Ki Mantep Sudharsono untuk pagelaran wayang kulit purwa

dan Ki Eka C. Supriadi untuk pagelaran wayang golek sunda), dan ternyata kedua pagelaran tersebut memperoleh sambutan yang luar biasa dari para penonton yang berasal dari berbagai negara (Singgih Wibisono, 2009:2).

Dalam *Era Reformasi* yang ditandai dengan keterbukaan (transparansi) dan kebebasan menyatakan pendapat bagi setiap warga negara yang dijamin oleh *Konstitusi*, perkembangan dunia pewayangan di Indonesia juga semakin kreatif, terutama dipelopori oleh tokoh-tokoh pedalangan yang sudah cukup kondang. Para tokoh yang dimaksud seperti Ki Narto Sabdo (Surakarta) dengan karya '*gending-gending*'-nya, Ki Gino (Banyumas) dengan tokoh '*Togog*'-nya, Ki Asep Sunarya (Jawa Barat) dengan golek '*Cepot*'-nya, Ki Mantep Sudharsono dengan '*sabetan perang*'-nya, maupun Ki Enthus Susmono (Tegal) dengan tokoh '*Lupit dan Slenteng*'-nya. Kreatifitas para tokoh pedalangan tersebut utamanya berupa pagelaran lakon-lakon carangan (fiksi) dengan mengubah pakem-pakem klasik wayang purwa ke dalam cerita yang lebih kontekstual dengan kondisi ke-kini-an. Hal ini dimaksudkan agar terjalin komunikasi yang harmonis antara pesan-pesan yang disampaikan oleh ki dalang dengan para penonton khususnya generasi muda, sehingga dapat menumbuhkan pemahaman dan minat generasi penerus dalam rangka melestarikan warisan budaya yang adhiluhung ini.

Adanya pengakuan dunia terhadap eksistensi kesenian wayang kulit dan wayang golek sebagai salah satu '*Karya Agung Dunia*' tersebut, sudah tentu menumbuhkan minat para tokoh pedalangan yang ada guna berkreasi lebih optimal, sehingga keberadaannya dapat diterima, difahami, dan diminati, serta bahkan dilestarikan oleh generasi muda penerus bangsa. Kreatifitas seorang dalang wayang kulit/wayang golek dalam pagelarannya, baik dalam bentuk cerita carangan (fiksi) yang kontekstual maupun teknik pertunjukannya yang mutakhir, pada dasarnya menunjukkan bahwa wayang dapat dijadikan media (sarana) komunikasi publik dan

bahkan media komunikasi politik. Media komunikasi politik yang dimaksud terutama menekankan pada aspek ‘*satu-kepada-banyak*’ atau *komunikasi massa*. Bentuk komunikasi politik dalam tipe saluran komunikasi massa antara seorang dalang dengan para penontonnya ini, berupa komunikasi tatap muka antara seorang dalang yang sedang melakukan dialog dengan para penontonnya dalam sebuah pagelaran wayang kulit/wayang golek (Nimmo, 2005:168).

Media komunikasi politik yang digunakan oleh partai politik maupun para politisinya guna menciptakan kerjasama dan kolaborasi dengan masyarakat (konstituen), menurut pendapat Firmanzah (2008:58), memerlukan terwujudnya komunikasi dua arah. Partai politik membutuhkan umpan-balik (*feedback*) atas informasi yang telah diberikannya kepada masyarakat. Komunikasi dua arah ini juga menuntut partai politik untuk memahami bagaimana reaksi konstituen dan masyarakat luas terhadap apa yang sudah dilakukannya; harus pula mencari-cari manakah hal-hal yang bias diperbaiki berdasarkan masukan-masukan dari banyak kalangan guna menciptakan kepuasan dan loyalitas konstituennya; harus dapat mendengarkan suara dan aspirasi masyarakat, serta terbuka untuk menerima kritikan dan masukan, sehingga pada akhirnya dapat menciptakan hubungan dua arah yang saling terbuka antara partai politik dengan konstituennya. Oleh karenanya diperlukan pemilihan media-media komunikasi politik yang tepat dan akurat bagi seorang politisi, dalam rangka merealisasikan komunikasi dua arah tersebut.

Perlunya pemilihan media-media komunikasi politik yang efektif guna mewujudkan komunikasi dua arah tersebut, sejalan dengan konsepsi ‘*psikologi komunikasi*’ dari Ashley Montagu (dalam Jalaluddin Rakhmat, 2005:12), yang menjelaskan bahwa hakekat komunikasi adalah tersampainya pesan (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Tersampainya pesan tersebut mendasarkan pada kepribadian komunikan dalam menafsirkan pesan yang bersangkutan, sehingga

dimungkinkan pesan yang sama dari seseorang dalam prakteknya dapat ditafsirkan berbeda maknanya oleh 2 (dua) komunikan yang berbeda pula. Hal ini dapat diilustrasikan dengan kondisi kepribadian seorang anak dalam menafsirkan pesan dari ibunya; “wajah ramah seorang ibu akan menimbulkan kehangatan bila diartikan si anak sebagai ungkapan kasih-sayang, namun wajah yang sama dari seorang ibu tiri akan melahirkan kebencian bila si anak memahaminya sebagai usaha ibu tiri untuk menarik simpati anak yang ayahnya telah ia rebut perhatiannya”. Fenomena ini mengisyaratkan bahwa kepribadian manusia pada dasarnya bukan dibentuk oleh lingkungannya, melainkan oleh caranya dalam menterjemahkan pesan-pesan lingkungan yang diterimanya.

Dalam pemilihan media komunikasi politik guna tercapainya komunikasi yang efektif, sudah tentu diperlukan pemahaman dari seorang komunikator (politisi) terhadap aspek-aspek yang mengindikasikan terpenuhinya komunikasi yang efektif. Terkait dengan indikator terpenuhinya komunikasi politik yang efektif tersebut, Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (dalam Jalaluddin Rakhmat, 2005:13) memberikan indikasinya, yang meliputi; *‘terpenuhinya pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan’*. Terpenuhinya *aspek pengertian*, yang berarti adanya penerimaan yang cermat dari *isi stimuli* seperti yang dimaksud oleh komunikator. *Aspek kesenangan*, menunjukkan bahwa komunikan merasakan seperti apa yang dikehendaki oleh pemberi pesan. *Aspek mempengaruhi sikap*, menggambarkan bahwa pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi sikap komunikan, sehingga terdorong untuk melakukan pesan yang disampaikan oleh komunikator. *Aspek hubungan sosial yang baik*, terlihat dari adanya pengaruh pesan yang disampaikan terhadap tumbuhnya hubungan soaial yang lebih baik antara komunikan dengan komunikator. Sementara itu, *aspek tindakan*, merupakan pengaruh pesan yang disampaikan komunikator yang mampu menggerakkan tindakan nyata yang dilakukan oleh penerima pesan yang bersangkutan.

Mengingat pentingnya pemilihan media komunikasi politik bagi tercapainya komunikasi yang efektif, maka dapat difahami bahwa setiap politisi berusaha menggali kemampuan dirinya dalam berinteraksi dengan konstituen maupun masyarakatnya, sehingga dapat mempermudah penentuan media komunikasi guna tersampainya pesan-pesan politiknya secara jelas dan akurat. Demikian halnya dengan strategi yang diterapkan oleh Ki Enthus Susmono, sebagai politisi dan sekaligus Bupati Tegal serta dalang wayang kulit/wayang golek yang sudah ternama di tanah air. Strategi Ki Enthus Susmono selaku Bupati Tegal dalam mengkomunikasikan program-program pemerintahan dan pembangunan daerah terhadap masyarakat yang dipimpinnya antara lain dengan menggunakan media pagelaran wayang kulit dan wayang golek. Penerapan strategi komunikasi politik melalui media pagelaran wayang ini, pada hakekatnya sejalan dengan darah seni yang mengalir dalam diri Ki Enthus (demikian panggilan akrabnya), yang juga berprofesi sebagai seorang dalang kondang yang kreatif dan inovatif dalam mengubah lakon pewayangan maupun instrumen musik gamelannya. Salah satu bentuk kreasi-inovasinya berupa gubahan tokoh '*Lupit dan Slenteng*' dalam lakon carangan atau fiksinya. Kedua *tokoh imajiner* tersebut diyakininya sebagai gambaran personifikasi dari '*orang Tegal*', yang mewakili sosok '*rakyat jelata*' dengan karakter dan perilaku yang sederhana, jujur, ceplas-ceplos dalam bicara, dan berani mengkritik kebijakan birokrasi secara lugas. Oleh karenanya, dalang kondang yang telah '*go internasional*' ini, oleh Abu Su'ud (Guru Besar dan Budayawan Jawa Tengah) dikatakan sebagai '*prototype wong Tegal*' yang sikap tutur-katanya liar dan kasar melalui tokoh Lupit dan Slenteng-nya (Turah Untung, 2014:2).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa wayang sebagai media komunikasi politik pada prinsipnya dapat digunakan sebagai sarana komunikasi politik yang efektif, terutama untuk tipe saluran komunikasi yang menekankan pada komunikasi *satu-kepada-banyak* (komunikasi massa). Demikian halnya dengan Ki Enthus (Bupati Tegal) selalu konsisten memanfaatkan media pagelaran wayangnya melalui tokoh '*Lupit dan*

*Slenteng*' sebagai sarana mensosialisasikan program pemerintahan dan pembangunan daerah bagi segenap masyarakat di wilayah Kabupaten Tegal. Melalui media komunikasi politik ini diharapkan mampu memberikan *feedback* (umpan-balik), khususnya dalam bentuk peningkatan partisipasi masyarakat umum secara merata di bidang penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah secara optimal.

### **3) Strategi dalam Mensosialisasikan Wayang dengan Lakon Lupit-Slenteng agar Diterima Khalayak Umum**

Wayang sebagai salah satu bentuk media komunikasi massa yang hingga era teknologi digital saat ini relatif masih banyak penggemarnya, terutama bagi kalangan masyarakat bawah pada beberapa daerah di Indonesia, termasuk masyarakat umum di wilayah Kabupaten Tegal. Namun demikian dalam pagelaran wayang kulit/wayang golek (wayang purwa) yang mengacu pada pakem epos Mahabarata dan epos Ramayana diperlukan kepiawaian seorang dalang dalam menerapkan strategi pertunjukannya, sehingga mampu menarik perhatian para penonton untuk semua kalangan masyarakat awam. Hal ini dapat difahami mengingat dalam dunia pewayangan sarat dengan pesan-pesan moral bagi warga masyarakat, terutama sebagai sebuah etika kehidupan dalam bentuk pilihan perilaku baik ataupun buruk, guna mewujudkan keharmonisan pergaulan hidup bermasyarakat (Franz Magnis Suseno, 2004:161). Oleh karenanya, pesan-pesan moral yang di dalamnya bernuansa falsafah kehidupan bermasyarakat tersebut kurang diminati oleh para penonton dari kalangan kaum muda yang cenderung bersifat pragmatis.

Dalam rangka mensosialisasikan wayang kulit/wayang golek agar dapat diterima oleh segala kalangan masyarakat umum, maka Ki Enthus Susmono selaku budayawan dunia pewayangan asli Tegal berkreasi dengan melahirkan tokoh fiksi boneka wayang '*Lupit dan Slenteng*'. Penciptaan tokoh dunia pewayangan Lupit dan Slenteng tersebut merupakan sebuah strategi Ki Enthus selaku dalang dalam mensosialisasikan pertunjukan wayang sebagai media komunikasi massa agar dapat diterima oleh khalayak



umum. Strategi yang dimaksud berupa keyakinan Ki Enthus bahwa kedua tokoh fiksi ini merupakan gambaran personifikasi '*orang Tegal*' atau '*wong Tegal*' asli. Orang Tegal yang dimaksud merupakan rakyat kebanyakan, yang mewakili sosok '*rakyat jelata*', dengan karakter yang dan perilaku yang sederhana, apa adanya, jujur, ceplas-ceplos dalam bicara, dan berani mengkritik kebijakan politik birokrasi secara luas (Turah Untung, 2014:2). Melalui bentuk tampilan fisik tokoh Lupit dan Slenteng dengan logat bicaranya yang kasar dan liar (yang konotasinya negatif dan tidak etis) ini, namun dibalik karakter yang ditampilkannya tersebut juga terkandung nilai-nilai etika yang berkonotasi positif, seperti kejujuran, kesedehanaan, kepolosan, maupun memegang teguh prinsip-prinsip kebenaran yang diyakininya. Nilai-nilai etika kehidupan bermasyarakat yang bernuansa positif inilah yang oleh Ki Enthus disosialisasikan bagi para penontonnya melalui pagelaran pertunjukan wayang kulit/wayang golek dengan lakon carangan (fiksi) Lupit dan Slenteng. Adanya sosialisasi nilai-nilai moral bagi khalayak penonton tersebut diharapkan khalayak umum mampu menangkap pesan moral positifnya dan sekaligus dijadikan panutan dalam pergaulan hidup bermasyarakat sehari-hari.

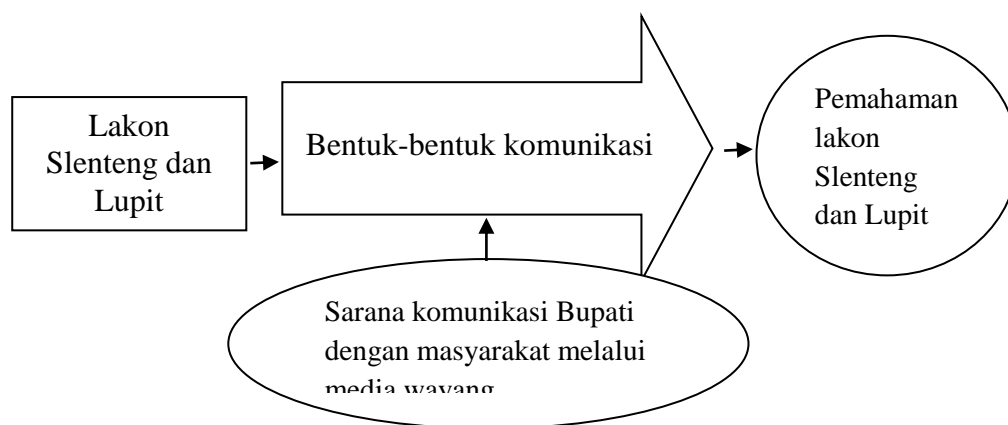
Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi dalam mensosialisasikan wayang dengan lakon Lupit dan Slenteng agar dapat diterima oleh khalayak umum terutama berupa penciptaan tokoh fiksi (boneka wayang Lupit dan Slenteng) yang menggambarkan personifikasi orang Tegal atau wong Tegal. Personifikasi yang dimaksud berupa sosok tokoh yang menggambarkan karakter rakyat kecil (wong cilik) dengan penampilan yang sederhana, jujur, apa adanya, serta gaya bicara yang ceplas-ceplos. Melalui karakteristik sosok dan gaya bicara kedua tokoh fiksi ini diharapkan mampu menarik minat segala lapisan masyarakat untuk menonton pertunjukan wayang dan sekaligus mampu menangkap nilai-nilai moral yang disosialisasikan oleh ki dalang.

#### **4) Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang dijadikan referensi penulis dalam kegiatan penelitian ini adalah hasil kajian yang dilakukan oleh Dwi Erlina pada tahun 2014 (Skripsi Tahun 2014), yang berjudul “*Pencitraan Diri Enthus dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah Langsung Kabupaten Tegal 2013*”. Fokus pembahasan permasalahannya menitik-beratkan pada aspek urgensi pencitraan politik dalam aktivitas Pilkada, terutama pencitraan diri Ki Enthus selaku kandidat Bupati dalam memenangkan Pilkada tahun 2013. Sesuai hasil pengkajian permasalahan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa politik pencitraan atau pencitraan politik bagi seorang kandidat pada dasarnya sangat penting, yang dikarenakan adanya persaingan politik, daya tangkal khalayak politik, maupun persuasi dan sugesti terhadap konstituen. Media komunikasi politik dalam rangka pencitraan diri Ki Enthus dalam kegiatan kampanyenya melalui pagelaran wayang kulit/golek, khususnya dalam bentuk lakon carangan (fiksi) ‘*Lupit dan Slenteng*’. Melalui media wayang tersebut disampaikan pesan-pesan kandidat yang terkait dengan visi dan misinya sebagai seorang Bupati, dan sekaligus membangun citra diri kandidat sebagai politisi yang berjiwa seniman dan anti korupsi, serta bermaksud melakukan reformasi birokrasi bila terpilih sebagai Bupati Tegal. Strategi kampanye ini ternyata mampu meyakinkan para konstituennya dalam Pilkada, sehingga Ki Enthus berhasil memenangkan kontestasi Pilkada Kabupaten Tegal pada tahun 2013.

## **B. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir digunakan untuk memberikan gambaran terhadap pelaksanaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti (penulis). Kerangka berpikir dalam penelitian media pewayangan (*Lupit dan Slenteng*) sebagai sarana komunikasi politik antara Bupati dengan masyarakat di wilayah Kabupaten Tegal dapat digambarkan dengan alur pikir sebagai berikut:



**Gambar 2. Bagan Proses Wayang Kulit – Slenteng sebagai sarana komunikasi.**

Wayang merupakan salah satu media komunikasi yang biasanya digunakan sebagai sarana hiburan, sarana pendidikan serta sarana komunikasi massa. Sebagai sarana hiburan wayang menyajikan berbagai cerita yang bersifat menghibur bagi para penontonnya. Sedangkan sebagai sarana pendidikan wayang menyajikan cerita yang bermakna dan memberikan berbagai pelajaran etika dan budaya bagi masyarakat. Bahkan pada zaman modern saat ini sudah banyak berkembang media wayang sebagai media pembelajaran bagi anak-anak dalam dunia pendidikan di sekolah.

Selain itu wayang juga berfungsi sebagai sarana media sosialisasi dan komunikasi bagi masyarakat umum. Wayang digunakan sebagai alat untuk mensosialisasikan berbagai persoalan dalam masyarakat agar mudah dimengerti, sehingga mudah diupayakan jalan keluarnya. Penggunaan wayang sebagai alat komunikasi tradisional dinilai efektif karena mampu menarik perhatian masyarakat. Salah satu contoh konkretnya berupa pagelaran wayang kulit ataupun wayang golek dengan dalang Ki Enthus, dengan lakon fiksi '*Lupit dan Slenteng*' dalam berbagai even perorangan maupun instansial selama ini, selalu mendapatkan respon positif dan meluap jumlah penontonnya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV di atas, maka dapat disajikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Wayang sebagai bentuk media sosialisasi merupakan salah satu unsur pendukung kegiatan komunikasi politik, yang berbeda sifatnya jika dibandingkan dengan media lain seperti televisi, radio, maupun surat kabar. Perbedaan tersebut terlihat pada teknik penyampaian pesan-pesan komunikasinya, yang disosialisasikan melalui suasana dialogis secara timbal-balik dengan iringan gamelan (alat musik tradisional Jawa) yang harmonis, sehingga mempermudah terbangunnya pemahaman atau persepsi yang sama antara ki dalang dengan para penontonnya. Melalui pagelaran wayang kulit/wayang golek ini, komunikasi politik antara Bupati dengan masyarakat tercermin dalam dialog interaktif antara ki dalang dengan para penontonnya, yang diwujudkan melalui dialog dua tokoh fiksi Lupit dan Slenteng. Dialog tersebut utamanya difokuskan dalam bentuk sosialisasi pesan-pesan politik di bidang transparansi pelayanan pemerintahan dan kegiatan pembangunan daerah di wilayah Kabupaten Tegal.
2. Sosialisasi wayang dengan lakon Lupit dan Slenteng agar dapat diterima oleh khalayak umum sudah tentu memerlukan upaya yang cukup strategis bagi ki dalang yang bersangkutan. Oleh karenanya upaya yang dilakukan Ki Enthus yang cukup strategis berupa penciptaan tokoh fiksi (Lupit dan Slenteng) yang merupakan gambaran (personifikasi) perilaku dan karakteristik warga masyarakat Tegal. Karakteristik yang dimaksud berupa wong Tegal yang berpenampilan sederhana, apa adanya, jujur, berbicara ceplas-ceplos, tetapi berani membela kebenaran yang diyakininya. Melalui penguasaan karakteristik khalayak penontonnya oleh ki dalang, sudah tentu penyampaian pesan-pesan dialog-interaktif yang disosialisasikannya dalam pagelaran wayang mudah diterima dan difahami oleh para penonton yang bersangkutan.

## **B. Saran**

Dalam rangka memberikan apresiasi dan sekaligus upaya pelestarian kekayaan budaya seni pewayangan, maka peneliti merumuskan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada Paguyuban Kesenian Wayang Kulit/Golek asuhan Ki Enthus Susmono (Almarhum), hendaknya sosialisasi tokoh fiksi Lupit dan Slenteng melalui pagelaran wayang kulit/wayang golek lebih ditingkat kuantitas pertunjukannya, sehingga pesan-pesan moralnya dapat dinikmati oleh lebih banyak khalayak masyarakat.
2. Kepada warga masyarakat (para penonton), hendaknya pesan-pesan moral tokoh fiksi Lupit dan Slenteng dalam pagelaran wayang kulit/wayang golek dapat diresapi dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
3. Kepada aparat birokrasi (Pemda Tegal), hendaknya juga turut berperan dalam upaya mensosialisasikan pesan-pesan moral tokoh fiksi Lupit dan Slenteng ke tengah-tengah masyarakat sejalan dengan tupoksi instansi yang bersangkutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2006. *Pencitraan dalam Politik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:Rizneka Cipta.
- Asmoro Achmadi, *Filsafat Dan Kebudayaan Jawa, Upaya Membangun Keselarasan Islam dan Budaya Jawa*, Semarang: Cendrawasih, 2003.
- Budiardjo, Miriam. 2010. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bried, Mac, Sean. 2003. *Many Voice One World*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik :Konsep Teori dan Strategi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Creswell, John W. 2015. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Terjemahan Ahmad Lintang Lazuardi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dahlia, Silvana. *Kukul Alat Komunikasi Tradisional Masyarakat Bali*. Up-date by:8November 2007. Archived at:<http://elvrace.multiply.com/journal/item/26>.
- Darori, Amin. 2000. *Islam dan Kebudayaan Jawa*. Gama Media. Yogyakarta.
- Dennis McQuail, *Political Communication*, dalam Mary Hawkesworth and Maurice Kogan, *Encyclopedia of Government and Politics*, Volume 1, (London: Routledge, 1992).
- Effendi, Onong Uchjana. 1986, *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik antar Pemahaman dan Realitas*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Hikmat, Mahi M. 2010. *Komunikasi Politik (Teori dan Praktek)*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Kern, H “Steen van den berg Pananggungan (Soerabaja), thans in ‘t Indian Museum te Calculatta”, *Verspreide Geschriften VII*, hlm: 34. Gravenhage: Martinus Nijhoff. 2004.
- Lynda Lee Kaid and Christina Holtz-Bacha, *Encyclopedia of Political Communication*, (California: Sage Publications, 2008).
- Moleong, Lexy J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Narendra, Rosa Arista. 2011. *Strategi Komunikasi Politik Pasangan Bambang-Icek dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Grobogan Tahun 2011*. Jurnal Ilmu Politik. Vol. 3 No. 1 April 2012.
- Nimmo Dan. 1999. *Komunikasi Politik*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Nimmo Dan. 2004. *Komunikasi Politik*. Bandung: PT Rosdakarya.

- Rakhmat Jalaludin. 2005. *Komunikasi Politik* (Komunikator, Pesan dan Media). Rosdakarya. Bandung.
- Rakhmat Jalaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Rosdakarya. Bandung.
- R.M. Perloff, *Political Communication: Politics, Press, and Public in America* (New Jersey and London : Lawrence Erlbaum, 1998).
- Sastroamidjojo, Seno. 2000. Renungan tentang Pertunjukan Wayang Kulit. Jakarta : Kinta Perss.
- Simuh. 2000. *Keunikan Interaksi Islam dan Budaya Jawa*. Makalah Seminar “Pengaruh Islam terhadap Budaya Jawa” tanggal 31 Nopember 2000.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.
- Suseno, Franz Magnis. 2004. *Etika Jawa*. Jakarta : gramedia.
- Wibisono, Singgih. 2009. Wayang, Karya Agung Dunia. [http://www.Sastra-Indonesia.com/2009/12/Wayang, Karya Agung Dunia/](http://www.Sastra-Indonesia.com/2009/12/Wayang,%20Karya%20Agung%20Dunia/). Diunduh 20 Mei 2016.
- Wiratama, Rudy. 2010. Ragam Kemasan Pentas Wayang Kulit Purwa sebagai Media Kampanye dan Kaitannya dengan Karakteristik Identitas dan Konstituen Partai Politik di Wilayah Eks Karesidenan Surakarta 1998 – 2009. Yogyakarta : Fisip UGM.  
<http://setabasri01.blogspot.com/2009/02/komunikasi-politik.html>(diakses tanggal; 26 November 2016 pada pukul 14.35).
- <http://muslimpoliticians.blogspot.co.id/2012/02/pengertian-komunikasi-politik-dan.html>  
(diakses tanggal 27 November 2016 pukul 13.00).
- <https://rosit.wordpress.com/2009/12/09/media-sebagai-saluran-komunikasi-politik/> (diakses tanggal 27 November 2016 pukul 14.30).
- “Belajar Slenteng dan Lupit” [www.kompasiana.com/rajauntung/maskot-baru-lupit-slenteng](http://www.kompasiana.com/rajauntung/maskot-baru-lupit-slenteng)  
(diakses tanggal; 12 Januari 2017 pada pukul 22.34).
- <http://sastra-indonesia.com/2009/12/wayang-karya-agung-dunia>.
- <https://www.kompasiana.com/turah-untung/maskot-baru-lupit-slenteng>.