

Strategi Komunikasi Politik Bupati Purwakarta Dedi Mulyadi Dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Berkarakter

Vellycia Njoko, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya
vellycian@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi politik Bupati Purwakarta Dedi Mulyadi dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Berkarakter. Adapun komponen strategi komunikasi politik yaitu: komunikator, khalayak, pesan, media, dan efek. Strategi komunikasi politik yang dijalankan sangat mempunyai peran besar dalam berhasil tidaknya Program Pendidikan Berkarakter di Puwakarta pada tahun 2017. Jenis penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus. Adapun temuan penelitian yang ditemukan peneliti yaitu penggunaan empat komponen komunikator politik yang meliputi *power*, *credibility*, *similarity*, *attractiveness*. Selain itu adanya penggunaan media sosial sebagai media sosialisasi, penentuan khalayak, pesan yang unik, dan memikirkan efek untuk khalayak ke depannya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Politik, Bupati Purwakarta, Dedi Mulyadi, Sosialisasi, Program Pendidikan Berkarakter

Pendahuluan

Pemberitaan di Liputan6.com, terobosan Bupati Purwakarta Dedi Mulyadi untuk melarang para guru di seluruh sekolah di daerahnya memberikan pekerjaan rumah (PR) kepada siswa (Abramena, 2016). Ia beralasan, selama ini PR yang diberikan kepada siswa umumnya berupa materi akademis yang serupa dengan pekerjaan di sekolah.

Larangan tersebut merupakan bagian dari program Pendidikan Berkarakter yang diatur dalam Peraturan Bupati No. 69 Tahun 2015 di Purwakarta. Contoh dari aturan-aturan yang tertuang dalam Perbup ini adalah membawa bekal makanan ke sekolah, ikut dalam kegiatan keagamaan sesuai dengan agama masing-masing, wajib menabung, tidak boleh berpacaran baik di dalam maupun luar lingkungan sekolah, mengenai seragam sekolah, dan masih banyak lagi.

Dedi Mulyadi menggunakan pedoman pelaksanaan pendidikan berkarakter itu, pedoman itu memegang teguh pada nilai kesundaan yaitu *Tujuh Poe Atikan Pendidikan Purwakarta* Istimewa atau dalam bahasa Indonesianya Tujuh Hari Ajaran Pendidikan Purwakarta Istimewa. Sebagaimana contoh program pelaksanaan Pendidikan Berkarakter yang dilaksanakan di hari Jum'at dikenal dengan istilah *Nyucikeun diri*.

Program Pendidikan Berkarakter sendiri merupakan program yang dilaksanakan sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 yang menyatakan bahwa “Pendidikan Nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis, serta bertanggung jawab.”

Program Pendidikan Berkarakter didasarkan oleh Peraturan Presiden dan kemudian diteruskan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 23 Tahun 2017 (Damarjati, 2017). Kebijakan peraturan presiden ini disebut kebijakan politik yang dibuat oleh pusat dan kemudian dilanjutkan ke daerah-daerah yang berada di Indonesia.

Adapun pembahasan yang berkaitan dengan kebijakan pemerintahan selalu menggunakan strategi komunikasi politik di dalamnya. Ada lima komponen dalam strategi komunikasi politik, yaitu: (1) komunikator; (2) pesan; (3) khalayak; (4) media; (5) efek. Masing-masing dari komponen menentukan berhasil tidaknya suatu strategi komunikasi politik yang dilaksanakan oleh para politikus.

Dedi Mulyadi sebagai Bupati Purwakarta dalam mensosialisasikan Perbup No. 69 Tahun 2015 ini pasti mempunyai strategi komunikasi politik dalam mensosialisasikan Perbup mengenai Pendidikan Berkarakter ini. Dimulai siapa yang menjadi khalayak dalam proses sosialisasi, siapa yang akan menyampaikan tentang program Pendidikan Berkarakter, pesan apa yang akan disampaikan, melalui media apa, dengan efek yang bagaimana.

Beberapa penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Bramantyo PSH (2014) mengenai Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra (Studi Kasus Strategi Pemenangan Pemilu Legislatif Kota Malang 2014). Penelitian ini ditemui peneliti di website academia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian ini adalah menggunakan komunikator sebagai komponen terutama dalam meraih suara terbanyak dari rakyat, salah satunya menggunakan tokoh-tokoh masyarakat dalam kampanye. Selain itu mengemas pesan politik dengan isi pesan berupa kebutuhan masyarakat kota Malang.

Penelitian lain yang dikemukakan Nurul Qalbi (2013) mengenai Strategi Komunikasi Politik dan Pemenangan Pasangan Muhammad Ramadhan Pomanto-Syamsu Rizal dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Makassar Tahun 2013. Penelitian ini ditemui peneliti dalam website jurnal Universitas Hasanudin. Qalbi menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah objek penelitiannya, objek penelitian ini adalah program yang dibuat oleh kepala daerah untuk daerahnya. Sedangkan penelitian lain berfokus pada pemilihan legislatif pada daerahnya masing-masing. Berdasarkan data – data di atas, peneliti menemukan adanya sebuah fenomena komunikasi politik. Komunikasi politik pada dasarnya adalah pembahasan murni tentang alokasi sumber daya publik (pendapatan), wewenang pejabat (siapa yang

diberikan kekuasaan untuk membuat keputusan hukum, legislatif, dan eksekutif), dan sanksi resmi (tindakan apa yang mendapat penghargaan atau hukuman dari negara) (McNair, 2016, hal. 3). Pembahasan yang dilakukan sang komunikator politik biasanya berkaitan dengan kebijakan yang dibuat untuk kepentingan bersama. Dalam tingkatan komunikasi politik yang baik tentu Dedi Mulyadi sebagai ahli komunikator politik kerakyatan yang termasuk dalam jenis politikus. Politikus sendiri berarti orang yang memiliki otoritas untuk berkomunikasi sebagai wakil dari kelompok atau khalayak, yang pesan-pesannya mengajukan dan melindungi tujuan kepentingan politik (McNair, 2016, hal. 3). Maka, dalam masalah dan berangkat dari fenomena peraturan Pendidikan Berkarakter di Purwakarta yang dilaksanakan oleh Dedi Mulyadi menimbulkan sebuah fenomena komunikasi politik.

Bagaimana strategi komunikasi politik Bupati Purwakarta Dedi Mulyadi dalam mensosialisasikan program pendidikan berkarakter?

Tinjauan Pustaka

Definisi Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah hal yang sering menjadi kajian dalam dunia komunikasi baik dalam pendekatan secara teori ataupun dalam sebuah penelitian. Terlebih lagi di Indonesia, yang kondisi politiknya sangat menarik untuk selalu diikuti, terutama mengenai komunikasi politik yang dilakukan oleh politikus. Definisi politik dalam makna luas adalah aktivitas yang melalui masyarakat membuat, memelihara dan memperbaiki aturan umum yang diselenggarakan untuk mengatur kehidupan mereka (Heywood, 2014, hal. 2). Hal tersebut berarti dalam sebuah proses politik sangat berkaitan erat dengan proses kerja sama dan konflik yang terjadi akibat adanya perselisihan tentang aturan untuk mengatur kehidupan mereka. Politik sendiri berarti kajian mengenai kekuasaan atau seni memerintah untuk kepentingan orang banyak dan dilakukan oleh seorang aktor politik atau politikus.

Komunikasi adalah sebagai proses transmisi pesan lambang dan simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seorang atau kelompok dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir dan mempengaruhi sikap serta tingkah laku dari target politiknya (Heywood, 2014, hal. 337). Selain itu komunikasi politik sendiri adalah komunikasi yang bertujuan tentang politik dengan mencakup segala bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politisi dengan pelaku politik yang lain dengan tujuan tertentu (McNair, 2016, hal. 4).

Strategi Komunikasi Politik

Definisi strategi komunikasi politik menurut Rogers (1982) dalam buku Cangara (2009, hal. 291) strategi komunikasi adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam sebuah skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Sedangkan menurut Kaid (2015, hal. 28) strategi komunikasi politik adalah rencana tindakan yang digunakan untuk melaksanakan serangkaian

kegiatan yang akan menjamin kesuksesan sebuah program. Dalam penerapan strategi komunikasi politik harus dimulai dengan adanya penetapan komunikator, khalayak, pesan, media, dan efeknya (Cangara, 2016, hal. 13).

Komunikator Politik

Proses sebuah komunikasi tidak bisa lepas dari seorang komunikator (pemberi pesan) yang menyampaikan sebuah pesan kepada seorang komunikan (penerima pesan) melalui sebuah media. Dalam sebuah kajian bidang komunikasi, peran seorang komunikator tidak bisa lepas dari proses komunikasi itu sendiri. Komunikator politik adalah segala bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politisi dan pelaku politik guna mencapai tujuan tertentu (McNair, 2016, hal. 3). Menurut Leonard W. Noob dalam buku (Nimmo, 2005) seorang komunikator politik dibagi menjadi tiga jenis yaitu: (1). politikus; (2) komunikator professional ; (3) aktivis.

Media

Pemilihan media komunikasi harus didasarkan pada isi pesan yang ingin disampaikan, dan pemilihan media yang dimiliki oleh khalayak (McNair, 2016, hal. 14).

Khalayak

Dalam dunia bisnis masyarakat biasanya distilahkan dengan sebutan pasar, dalam studi komunikasi disebut khalayak (audience). Khalayak merupakan unsur penting kedua dalam sebuah proses komunikasi politik, yang tanpa itu tidak ada pesan politik yang relevan (McNair, 2016, hal. 13) Masyarakat adalah target yang sangat penting, sebab segala semua aktivitas komunikasi kampanye diarahkan kepada mereka.

Masyarakat adalah makhluk politik yang peka dengan hal-hal yang bersifat persuasi, propaganda, agitasi, dan perang urat syaraf. Adapun sifat, karakteristik dan keinginan masyarakat yang menjadi target sasaran kampanye, dilihat dari tiga aspek, yakni: (1) aspek sosiodemografik; (2) aspek profil psikologis; (3) aspek karakteristik perilaku masyarakat.

Pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna (Cangara, 2011, hal. 257).

Efek

Efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, atau dilakukan oleh penerima sebelum dirinya menerima pesan (Cangara, 2011, hal. 331). Pengaruh sebagai salah satu elemen dalam proses komunikasi memiliki peranan penting untuk mengetahui berhasil tidaknya tujuan komunikasi yang diinginkan.

Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*). Pada tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi atau pendapat (*opinion*). Perubahan sikap adalah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisasi dalam bentuk prinsip.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Williams (1995) dalam buku Moleong (2012, hal. 5) pendekatan kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang yang tertarik secara alamiah. Intinya penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (Moleong, 2012, hal. 6).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi kasus sebagai metode penelitian. Hal ini dikarenakan adanya kecocokan dan kesesuaian dengan tujuan dan subjek penelitian ini serta sebagai prosedur dalam memandang suatu permasalahan dan mencari jawaban dari rumusan masalah yang muncul dalam penelitian ini. Penggunaan studi kasus (*case study*) ialah untuk memperoleh data dari sumber investigasi (seperti dokumen, wawancara, observasi, artifak, dan sumber-sumber yang majemuk). Sedangkan secara sistematis terhadap individu, kelompok, atau peristiwa. Studi kasus digunakan untuk memperoleh pemahaman atau memperoleh penjelasan dari suatu fenomena secara menyeluruh (holistik) bukan sebagai kumpulan bagian-bagian yang harus dipahami (Yin 2006).

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini yaitu strategi komunikasi politik Dedi Mulyadi sebagai Bupati Purwakarta dalam mensosialisasikan program Pendidikan Berkarakter terhadap masyarakat Purwakarta. Objek dalam penelitian ini adalah informan yang dianggap berkompeten dan terlibat langsung dalam sosialisasi Program Pendidikan Berkarakter di Purwakarta.

Informan yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Bupati Purwakarta Dedi Mulyadi, selaku pihak yang terlibat langsung dan mencetuskan Program Pendidikan Berkarakter di Purwakarta, sekaligus komunikator dalam kegiatan Program Pendidikan Berkarakter di Purwakarta, serta beberapa perwakilan dari Disdikpora yang juga terlibat langsung dalam proses sosialisasi. Penelitian

kualitatif juga mempunyai pemilihan informan, yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif adalah penggunaan *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah sampling yang subjeknya dipilih dan dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan (Silalahi, 2012, hal. 272). Sedangkan *snowball sampling* adalah sampling yang dilakukan secara bertahap (Silalahi, 2012, hal. 273).

Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman (1994) yaitu dengan menggunakan teknik analisis interaktif. Ada tiga komponen utama dalam teknik analisis interaktif ini yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan dan pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*) (Punch, 2009, hal. 202-204).

Dalam penelitian ini pengumpulan data diperoleh dengan cara wawancara. Wawancara adalah pencatatan hasil perbincangan melalui catatan tertulis atau perekaman suara melalui video atau audio tapes, pengambilan foto, atau film (Moleong, 2012, hal. 157).

Temuan Data

Program Pendidikan Berkarakter

Program Pendidikan Berkarakter di Purwakarta pertama kali diusulkan oleh Dedi Mulyadi sebagai bupati Purwakarta. Program Pendidikan Berkarakter ini ditujukan kepada siswa Sekolah Dasar (SD) hingga Sekolah Menengah Atas (SMA). Program ini tertuang dalam Peraturan Bupati Nomor 69 Tahun 2015, peraturan ini disahkan pada tanggal 9 Juni 2015, dan mempunyai 15 bab 37 pasal.

Adapun beberapa peraturan Program Pendidikan Berkarakter yang tertuang dalam Peraturan Bupati Nomor 69 Tahun 2015 adalah:

1. Hari Senin, *Ajeg Nusantara*, mengandung makna menumbuh kembangkan rasa kebangsaan atau cinta tanah air.
2. Hari Selasa, *Mapag Buana*, mengandung makna memperluas wawasan tentang dunia.
3. Hari Rabu, *Maneuh di Sunda*, mengandung makna membentuk dan memperkuat pada jati diri seorang Sunda.
4. Hari Kamis, *Nyanding Wawangi*, mengandung makna memberikan ruang untuk kebebasan berekspresi.
5. Hari Jum'at, *Nyucikeun Diri*, mengandung makna mendekatkan diri kepada Yang Maha Kuasa.
6. Hari Sabtu dan Minggu, *Betah di Imah*, mengandung makna mencintai keluarga sebagai tempat terjadinya proses pendidikan yang pertama dan utama.

Strategi Komunikasi Politik

Dalam strategi komunikasi politik ada lima komponen yaitu: (1) komunikator; (2) media; (3) pesan; (4) khalayak; (5) efek. Lima komponen tersebut ditemui dalam strategi komunikasi politik dalam sosialisasi Program Pendidikan Berkarakter.

Dalam proses sosialisasi Program Pendidikan Berkarakter Dedi Mulyadi sebagai komunikator, berperan besar dalam proses sosialisasi, atau pihak-pihak yang terkait seperti staff dari Disdikpora Purwakarta. Individu yang secara tidak langsung itu ditunjuk langsung oleh Dedi Mulyadi atau atas inisiatif dari Disdikpora Purwakarta sendiri.

Dalam penentuan khalayak, sosialisasi Program Pendidikan Berkarakter tidak terlepas dari sasaran Program Pendidikan Berkarakter atau pihak yang terkait di dalamnya. Pihak-pihak yang terlibat seperti kepala sekolah, guru, tenaga pendidik, orang tua, siswa, bahkan pedagang jajanan yang berada di lingkup sekolah dari tingkat SD hingga SMA.

Pesan yang disampaikan diolah Dedi Mulyadi sendiri atau brainstorming bersama pihak Disdikpora Purwakarta seperti Purwanto atau Deden agar pesan diolah menarik dan dapat dimengerti oleh masyarakat. Biasanya pesan diolah dengan bahasa Sunda dan mencirikan Program Pendidikan Berkarakter bila ada yang tidak paham dengan bahasa Sunda maka ada bahasa Indonesia.

Media sangat berpengaruh dalam proses sosialisasi Program Pendidikan Berkarakter. Media yang sangat berpengaruh dalam proses sosialisasi Program Pendidikan Berkarakter menurut Dedi Mulyadi, Purwanto, dan Deden adalah media sosial.

Dedi Mulyadi mengharapkan agar para khalayak yang mendengarkan sosialisasi Program Pendidikan Berkarakter agar mengerti pesan apa yang disampaikan. Dedi Mulyadi, Purwanto, Deden memperhatikan efek pada pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), perilaku (*behavior*).

Efek ini sangat menentukan berhasil tidaknya sebuah proses sosialisasi Program Pendidikan Berkarakter yang dilaksanakan pada bulan tersebut.

Analisis dan Interpretasi

Komunikator Politik

Pada saat Dedi Mulyadi sebagai komunikator dalam penyampaian pesan mengenai Program Pendidikan Berkarakter di Purwakarta, Dedi Mulyadi sebagai politikus mempunyai komponen *credibility*, *power*, *attractiveness*, dan *similarity*. Hal tersebut dilihat pada saat Dedi Mulyadi selalu menggunakan baju khas Sunda (kampret) dalam proses sosialisasi Program Pendidikan Berkarakter. Pemakaian baju kampret merupakan bagian dari komponen *attractiveness* dan *similarity* bahwa dirinya adalah seorang Sunda.

Dari segi *credibility*, Dedi Mulyadi selalu melakukan sosialisasi setiap bulannya, walaupun Dedi Mulyadi hanya bisa dalam jangka waktu dua sampai 3 bulan sekali (wawancara dengan Purwanto 18 Mei 2017). Tetapi, Dedi Mulyadi selalu mengusahakan agar dirinya hadir di dalam setiap sosialisasi. *Credibility* merupakan elemen dalam komponen komunikator yang berbicara dengan bagaimana perkataan seorang komunikator dapat dibuktikan dan sang komunikator dapat menjalankan sebuah kegiatan berdasarkan apa yang ia ucapkan. Tidak hanya berbicara mengenai kepastian tetapi sebuah perilaku jujur dan berakhlak sehingga masyarakat mengakui bahwa seorang komunikator baik tidak hanya merealisasikan keinginan rakyat namun juga ramah dan jujur.

Pada segi *power* cara Dedi Mulyadi dalam menyampaikan pesan pada saat sosialisasi, selalu berhasil mengumpulkan khalayak banyak dari berbagai kalangan. Sehingga, dapat diketahui bahwa *power* Dedi Mulyadi sangat besar di Purwakarta. *Power* sebagai elemen penting dalam komponen komunikator penting, dikarenakan dari *power* dapat kita ketahui seberapa berpengaruhnya seorang komunikator politik yang berada di daerah tersebut.

Khalayak

Pada segi khalayak, Dedi Mulyadi biasanya menyasarkan program sosialisasi Program Pendidikan Berkarakter ini kepada kepala sekolah, guru, siswa, orang tua, dan pihak yang terkait. Menurut Dedi Mulyadi khalayak tersebut merupakan pihak yang secara langsung terkait dengan Program Pendidikan Berkarakter di Purwakarta. Purwanto dan Dede juga melakukan hal yang sama pada proses sosialisasi Program Pendidikan Berkarakter di Purwakarta.

Khalayak yang ditemui Dedi Mulyadi saat proses sosialisasi sangat beragam dari muda sampai tua. Ketika berkaitan dengan Program Pendidikan Berkarakter maka pihak-pihak terkait dari guru sampai siswa mendengarkan pengarahannya dari Dedi Mulyadi, tidak hanya dilakukan di sekolah saja namun Dedi Mulyadi bisa datang ke rumah-rumah warga atau ketika menemui di jalan dan akhirnya membagikan ke dalam media sosial dan diterima khalayak seluruh Purwakarta bahkan seluruh Indonesia.

Pesan



Bila dilihat dari pesan di media sosial Dedi Mulyadi ataupun media massa, pesan selalu menekankan pada pesan pentingnya pendidikan beserta reformasi yang hanya bisa disampaikan oleh orang-orang pemberani. Lalu menekankan pada karakter anak bangsa agar tidak melupakan jati diri sebagai seorang anak di dalam lingkup keluarga dan juga siswa dalam lingkup sekolah. Contohnya pada pentingnya agama sebagai fondasi dan karakter yang berkebudayaan.

Media

Media internet membuat Dedi Mulyadi memilih lebih aktif di media sosial yang terhubung dengan internet sebagai salah satu sarana yang efektif untuk mensosialisasikan Program Pendidikan Berkarakter yang ada di Purwakarta. Selain itu, khalayak dari seluruh dunia menjadi tahu bahwa ada Program Pendidikan Berkarakter di Purwakarta akibat adanya penggunaan media sosial yang terhubung dengan internet.

Selain itu, Dedi Mulyadi juga menggunakan media cetak seperti buku yang ditulisnya sendiri, agar dapat dibaca orang banyak dan luas. Menurut McNair, media cetak adalah saluran komunikasi di mana pesan-pesan verbalnya (tertulis) maupun dalam bentuk gambar-gambar seperti karikatur dan komik dilakukan dalam bentuk cetak. Kelebihannya adalah bisa dibaca semua orang dalam satu tempat. Kekurangannya adalah tidak memiliki jangkauan yang jauh, kecuali yang bisa dijangkau dengan transportasi untuk mengantar media cetak tersebut.

Efek

Efek yang dirasakan setelah mendapatkan pesan yang dilakukan saat sosialisasi adalah adanya pemahaman terhadap Program Pendidikan Berkarakter di Purwakarta (*knowledge*). Kemudian adanya perubahan sikap yang dimana ada yang tidak setuju menjadi setuju (*attitude*). Contoh dari sikap ini adalah pedagang kaki lima yang menjajakan jajanan di sekolah menerima untuk tidak berjualan di lingkungan sekolah dan dipindahkan ke lokasi yang tepat. Selain itu Dedi Mulyadi melihat adanya perubahan perilaku siswa (*behavior*) salah satunya tidak membawa kendaraan ke sekolah.

Simpulan

Dalam proses sosialisasi Program Pendidikan Berkarakter di Purwakarta, Dedi Mulyadi sebagai komunikator, Dedi Mulyadi selalu mengadakan rapat dalam proses sosialisasi tersebut. Selain itu pesan yang dikemas juga menarik perhatian masyarakat dan membuat para khalayak yang merupakan tujuan dari Program Pendidikan Berkarakter ini mengerti apa yang disampaikan. Maka dari itu strategi komunikasi politik yang dilaksanakan oleh Dedi Mulyadi ini meliputi dari komunikator, khalayak, pesan, media, dan efek. Maka kesimpulan dari peneliti adalah: Dedi Mulyadi sebagai komunikator menjalankan peran sebagai politikus. Selain Dedi Mulyadi, ada juga menggunakan komunikator profesional yang

merupakan bagian dari komponen komunikator. Komunikator profesional itu antara lain Purwanto dan Dede yang berasal dari Disdikpora Purwakarta.

Dedi Mulyadi menetapkan target untuk Program Pendidikan Berkarakter ini dimulai dari kepala sekolah, guru, orang tua, dan siswa. Pesan yang disampaikan oleh Dedi Mulyadi juga menggunakan bahasa Sunda dan Indonesia. Selain itu pesan yang disampaikan berupa informatif dan persuasif. Pesan biasanya dalam bahasa Sunda bila verbal, dan non verbal seperti media sosial menggunakan bahasa Indonesia dan Sunda. Pesan yang disampaikan juga disertai dengan contoh dalam kehidupan sehari-hari. Media yang digunakan beragam dimulai dari cetak hingga media internet seperti media sosial atau website pemerintahan. Dedi Mulyadi biasanya akan mensosialisasikan via twitter, facebook, dan instagram.

Efek yang diharapkan dimulai dari pengetahuan, perilaku, dan sikap juga mempengaruhi berhasil tidaknya sebuah sosialisasi. Efek pengetahuan akan Pendidikan Berkarakter dapat diketahui masyarakat menjadi tahu dengan tujuan Program Pendidikan Berkarakter, kemudian untuk efek sikap pada saat Program Pendidikan Berkarakter diharapkan, agar masyarakat yang tidak setuju itu bisa menjadi setuju sosialisasi dapat memahami esensi dari Program Pendidikan Berkarakter. Setelah melakukan penelitian Strategi Komunikasi Politik Bupati Purwakarta Dedi Mulyadi dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Berkarakter. Maka untuk saran akademik untuk penelitian selanjutnya yaitu melakukan pengembangan dengan metode yang berbeda dan jenis penelitian yang berbeda. Saran praktis untuk penelitian ini adalah penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan untuk komunikator politik ke depannya.

Daftar Referensi

- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied, (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Heywood, Andrew. (2014). *Politik Edisi Empat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kaid, L.L. (2015). *Handbook Penelitian Komunikasi Politik*. Bandung: Nusa Media.
- McNair, B. (2016). *Pengantar Komunikasi Politik*. Bandung: Nusa Media.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, D. (2005). *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Punch, K. F. (2009). *Introduction to Research Methods in Education*. Los Angeles: SagePublication.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Yin, R. K. (2006). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Jurnal

- Bramantyo, (2014). *Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra*. Retrieved February 12, 2017
From
[Http://www.academia.edu/9036799/STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI GERINDRA](http://www.academia.edu/9036799/STRATEGI_KOMUNIKASI_POLITIK_PARTAI_GERINDRA)



Qalbi, Nurul. (2013). *Strategi Komunikasi Politik dan Pemenangan Pasangan Muhammad Ramadhan Pomanto-Syamsu Rizal dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Makassar Tahun 2013*. Retreved February 12, 2017 From [Http://www.journal.unhas.ac.id/index.php/kritis/article/download/13/13](http://www.journal.unhas.ac.id/index.php/kritis/article/download/13/13)