

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Demokrasi secara umum memiliki arti sebagai bentuk politik pemerintahan yang ditentukan oleh rakyat. Rakyatlah yang menentukan siapa saja mereka yang memiliki kekuasaan dan berhak untuk memerintah. Indonesia yang menganut sistem pemerintahan demokrasi, Indonesia mengadakan pemilihan umum setiap lima tahun sekali.

Indonesia sebagai negara demokrasi memiliki pemilihan umum sebagai perwujudan dalam menampung suara masyarakat, suara tersebut yang akhirnya menjadikan seseorang menjadi pemimpin dari masyarakat tingkat desa, tingkat kota bahkan sampai tingkat negara. Dalam perkembangan sentralistik yang lebih berpusat pada suatu kekuasaan pemerintahan sistem desentralisasi, dimana pemerintah pusat memberi kuasa kepada daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri (Syamsuddin Haris, 1998).

Pemilihan Kepala Desa atau sering disebut Pilkades bukan hal yang tabu lagi dalam kehidupan di desa. Pemilihan Kepala Desa dilaksanakan sebagai wujud dari demokrasi, untuk memberikan kesempatan kepada rakyat dalam menyalurkan aspirasi atau hak yang diberikan kepada setiap warga Indonesia. Sebagai sarana demokrasi, Pemilihan Kepala Desa akan memberikan keseimbangan dalam suprastruktur politik yang ada di desa. Dengan melalui pemilihan langsung rakyat dapat menentukan jalannya

pemerintahan dan memilih pemimpin yang dikehendaki secara bebas dan rahasia. Meskipun rakyat tidak terlibat langsung dalam pengambilan keputusan dalam pemerintahan sehari-hari, nantinya rakyat dapat mengontrol langsung jalannya pemerintahan (Miori, Syam, & Garis, 2019).

Dalam Pemilihan Kepala Desa sudah jelas ada yang dipilih ataupun yang memilih, yang menjadi hal mutlak dalam setiap pemilihan umum. Keterlibatan masyarakat sangat penting dalam Pemilihan Kepala Desa, peran serta masyarakat dianggap sebagai wujud dari kehidupan berdemokrasi diranah terkecil. Dengan adanya pengalaman mengenai pemilihan umum Presiden, Gubernur ataupun Bupati dirasa akan lebih menjadikan masyarakat berpikiran rasional dalam memilih.

Pemilihan Kepala Desa merupakan wujud dari terlaksanakannya Otonomi Daerah yang sesuai dengan Undang – Undang No 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah yang berada di ranah pemerintahan paling terkecil yaitu Desa. Setiap dilakukannya Pemilihan Kepala Desa terdapat calon yang lebih dari satu untuk menjadi lawan dalam persaingan memperebutkan kekuasaan tertinggi di Desa. Akan tetapi semuanya sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah No 43 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang - Undang No 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Semua aturan dan persyaratan pencalonan tertuang dalam setiap pasal demi pasal dalam Peraturan Pemerintah tersebut (Miori et al., 2019)

Otonomi daerah membawa dampak yang sangat luas terhadap perkembangan demokrasi sangat luas terhadap perkembangan di Indonesia

serta membawa harapan besar untuk kesejahteraan rakyat dan kemakmuran daerah dengan pemilihan Kepala Desa secara langsung. Pemilihan umum pada hakekatnya merupakan proses demokrasi untuk memilih pemimpin. Hal tersebut membawa perubahan di dalam masyarakat dalam memandang pemerintahan karena mereka bisa memilih calon yang bakal memimpin mereka. Sebuah sistem pemerintahan pastinya ada pemimpin yang mengatur jalannya roda pemerintahan tersebut. Indonesia sendiri dalam pemilihan kepala pemerintahan baik pusat maupun daerah, hingga pada tingkatan desa dipilih langsung oleh masyarakat. Dalam kata lain sistem pemilihan umumnya berdasarkan asas demokrasi sebuah negara demokrasi (G. Sorensen, 2003).

Pemilihan Kepala Desa pada Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa, pada pasal 43 disebutkan bahwa BPD memberitahukan Kepala Desa mengenai akan berakhirnya masa jabatan Kepala Desa secara tertulis 6 bulan sebelum berakhir masa jabatan. BPD memproses pemilihan Kepala Desa paling lama 4 bulan sebelum berakhirnya masa jabatan Kepala Desa (Peraturan Pemerintahan Nomor 72 tahun 2005 Tentang Desa). Sistem pemilihan Kepala Desa tidak lepas dari dinamika perkembangan politik lokal, dalam pemilihan Kepala Desa turut terjadi perebutan kekuasaan seperti yang lazim terjadi setiap putaran pemilu di Indonesia (Hakim, 2019). Para calon Kepala Desa melakukan berbagai cara dalam proses pemilihan Kepala Desa agar dapat memenangkan kekuasaan desa. Kekuasaan selalu ada dalam setiap proses politik yang merupakan tujuan dari pemilihan pemimpin. Sehingga dalam memenangkan proses pemilihan Kepala Desa untuk mendapatkan

kekuasaan ditingkat desa hingga perlu adanya strategi komunikasi politik maupun strategi lainnya untuk memenangkan pemilihan.

Seperti dalam bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi politik berlangsung dalam suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berasal dari sumber, selaku pihak yang memprakarsai komunikasi, kepada khalayak dengan menggunakan media tertentu untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Muhtadi, 2008). Kegiatan komunikasi politik yang berkaitan dengan pemilu adalah kampanye, kampanye merupakan sebagian serangkaian tindakan komunikasi yang terancam dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada jumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Dalam kampanye itulah pesan komunikasi politik disalurkan melalui media tertentu (Simmon, 1992)

Pilkades serentak Kabupaten Sukoharjo dilaksanakan pada tanggal 11 Desember 2018, sebanyak 125 Desa di 11 Kecamatan yang meliputi Weru, Bulu, Tawang Sari, Nguter, Bendosari, Polokarto, Mojolaban, Grogol, Baki, Gatak, dan Kartasura. Ada 362 calon kepala desa (CAKADES) berebut simpati masyarakat untuk mendulang suara terbanyak. Dengan jumlah daftar pemilih tetap (DPT) sebanyak 660.487 orang dan berlangsung di 1.775 TPS.

Hal ini sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 10 Tahun 2015 tentang Pemilihan Kepala Desa serta Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 14 Tahun 2017 tentang perubahan atas Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 10 Tahun 2015 tentang Pemilihan

Kepala Desa (Perda Sukoharjo Nomor 10 Tahun 2015 Tentang Pemilihan Kepala Desa).

Pemilihan Kepala Dasa Kabupaten Sukoharjo tahun 2018 memunculkan 28 orang calon kepala desa di 12 Desa di Kecamatan Tawang Sari yang meliputi Desa Pundungrejo, Desa Watubonang, Desa Kedungjambal, Desa Grajegan, Desa Lorog, Desa Kataguhan, Desa Dalangan, Desa Pojok, Desa Tangkisan, Desa Ponowaren, Desa Majasto, dan Desa Tambakboyo. Di Desa Kedungjambal, dinamika lokal menjelang pemilihan Kepala Desa sangat semarak seperti tahun-tahun sebelumnya. Antusias semangat Pilkades juga nampak terlihat jelas di permukaan, dengan ditandai berbagai aksi politik yang dilakukan oleh setiap pasangan kandidat Pilihan Kepala Desa Kabupaten Sukoharjo dengan tidak melakukan aksi anarkis serta menjaga massa pendukung untuk tertib saat pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa serentak pada 11 Desember 2018.

Pemilihan Kepala Desa di Desa Kedungjambal menunjukkan bahwa pasangan calon nomor urut 01 memperoleh 776 suara, sedangkan pasangan nomor urut 02 memperoleh 887 suara. Perolehan suara Pilkades di Desa Kedungjambal dimenangkan oleh Bapak Suminto dengan perolehan suara terbanyak. Berdasarkan data pemilih tetap (DPT) berjumlah 2135 pemilih. Berdasarkan hasil perolehan suara yang sangat kompetitif ini dapat diartikan bahwa tingkat pemahaman masyarakat Desa Kedungjambal terkait politik lokal lumayan tinggi.

Dalam proses Pilkades di Desa Kedungjambal, strategi komunikasi politik sangat diperlukan untuk persiapan dalam bersaing dengan lawan calon yang lain, serta membentuk citra positif dimata masyarakat. Dalam menghadapi pemilihan seperti ini, para calon, tim kampanye serta partai pengusung tentunya telah menyusun perencanaan dengan semaksimal mungkin, agar startegi yang diusungnya tepat sasaran atau berhasil. Kedua pasangan calon Kepala Desa yang bertarung dipilkada Kabupaten Sukoharjo mengerahkan seluruh kemampuan mereka dalam meraih simpati masyarakat demi memperoleh kemenangan.

Untuk pasangan calon nomor urut satu misalnya, Sartana. Sartana mempunyai alasan khusus terjun ke dunia politik yaitu dengan janji kampanye terbangunnya tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih guna mewujudkan Desa Kedungjambal yang adil, makmur, sejahtera, dan bermartabat. Ia ingin bermanfaat bagi masyarakat luas, ingin menyumbangkan gagasan, ide dan tenaganya untuk orang lain terutama masyarakat Desa Kedungjambal.

Berbeda dengan rivalnya, Suminto. *Track record* Suminto dalam dunia politik bisa dikatakan tidak asing lagi. Suminto yang saat itu menjabat sebagai Sekretaris Desa Kedungjambal, kini dipercaya untuk maju sebagai calon Kepala Desa Kedungjambal di tahun 2018. Selama masa kampanye hingga pelaksanaan pemilihan, pasangan calon ini aktif melakukan pendekatan kepada masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi yang intensif dilakukan oleh Suminto menandakan adanya upaya mereka

untuk menanamkan *image* dan *brand* tertentu dalam masyarakat. Dengan janji kampanye terwujudnya pelayanan publik yang transparan, akuntabel menuju masyarakat Desa Kedungjambal yang maju, berbudaya, aman, dan sejahtera.

Hal inilah yang menyebabkan banyak masyarakat menyukai sosok *figure* Suminto. Keberhasilan Suminto dalam Pilkades ini, tidak terlepas dari pentingnya peranan strategi komunikasi politik yang digunakan guna memperoleh suara dalam Pilkades tingkat Kepala Desa di Kabupaten Sukoharjo dengan mengemas program-program yang nantinya akan dijalankan apabila terpilih, sesuai dengan permasalahan apa yang terjadi saat ini di Kabupaten Sukoharjo.

Pilkades di Desa Kedungjambal ini, calon Kepala Desa atas nama Suminto dengan nomor urut 2 berhasil menang dan mendapat amanat untuk memimpin warga Desa Kedungjambal periode 2018-2024. Suminto adalah kandidat Pilkades yang melepaskan gelar Pegawai Negeri Sipil. Peran tim sukses pemenangan sangat besar dalam proses pilkades pemenangan Suminto. Tim sukses pemenangan mampu meyakinkan dan mempengaruhi masyarakat Desa Kedungjambal untuk memilih Suminto.

Fenomena kemenangan Suminto dalam Pilkades Kedungjambal tahun 2018 ini bisa dimaknai sebagai kejutuan dari sebuah strategi yang digunakan, bukan karena faktor kedekatan atau praktik yang manipulatif. Dimana proses politik dalam Pilkades Kedungjambal untuk konteks kekinian bisa disebut sebagai proses politik yang maju sebab proses tersebut telah menggunakan strategi yang sangat maju seperti penggunaan strategi komunikasi politik yang

meliputi pesan politik, media politik, komunikasi politik dan penggunaan Tim sukses pemenangan yang mampu meyakinkan dan mempengaruhi masyarakat Desa Kedungjambal untuk memilih Suminto sebagai Kepala Desa.

Pilihan strategi komunikasi politik yang ditempuh Suminto bisa menjadi pembelajaran berarti bagi masyarakat Desa Kedungjambal terutama para Cakades untuk dapat memahami dinamika dalam proses politik, artinya bagi para calon dalam pemilihan Kepala Desa Kedungjambal tidak cukup hanya memiliki uang dan keluarga yang banyak serta mempunyai rekan yang banyak, melainkan dibutuhkan kemampuan mendesain strategi dan penempatan tim yang tangguh sebagai penggerak. Hal inilah mestinya yang perlu dimiliki dan diupayakan, apabila mau menjadi pemenang dalam proses politik sebagai Kepala Desa.

Pasangan calon kandidat berlomba untuk menjadi yang terpilih, dimana masyarakat sebagai sasaran tujuan untuk menyampaikan komunikasi politik yang berkaitan dengan tujuan-tujuan politik para calon kandidat. Masyarakat adalah harapan terbesar untuk para calon kandidat, strategi yang diusung dengan semaksimal mungkin dan terorganisir dapat menarik khalayak untuk memilihnya. Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini mencoba mengungkap strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Tim Sukses Pemenangan Suminto dalam Pemilihan Kepala Desa khususnya di Desa Kedungjambal.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, peneliti menemukan beberapa permasalahan yang ada. Perebutan kekuasaan Kepala Desa oleh dua kandidat nomor urut 1 Sartono dan nomor urut 2 Suminto merupakan implementasi politik lokal yang berpotensi menimbulkan konflik horizontal antar warga desa setempat. Perbedaan tingkat pemahaman masyarakat Desa Kedungjambal terkait politik lokal seringkali menimbulkan gesekan antar warga, dan penerapan strategi politik dari tim sukses pemenangan yang membuat Suminto mendapat perolehan suara telak dari karang taruna yang notabane merupakan pemilih terbanyak di Desa Kedungjambal menimbulkan kecurigaan dari sebagian warga seperti mengenai praktik politik uang dan *klenik*. Dengan adanya masalah yang ada, peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi komunikasi politik tim sukses pemenangan Kepala Desa nomor urut 2 (dua) Suminto dalam pilkades serentak Kabupaten Sukoharjo tahun 2018.

Masalah lain yang berhasil diidentifikasi yaitu persaingan antara calon Kepala Desa Suminto dan Sartana terjadi sangat kompetitif padahal keduanya adalah warga dari satu desa yang sama dan seharusnya tidak bersaing secara terbuka. Hal ini di buktikan dengan perolehan suara Sartana yang hanya memperoleh suara terbanyak di 1 (satu) TPS saja, sedangkan Suminto memperoleh suara di 2 (dua) TPS lainnya, dengan selisih hasil perolehan suara sebanyak 111 suara.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses Pemenangan Suminto Dalam Pilkadaes Desa Kedungjambal ?

D. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi politik tim sukses pemenangan suminto dalam Pilkadaes Desa Kedungjambal tahun 2018.

2. Tujuan Khusus

Karya ilmiah skripsi ini bertujuan guna memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan teoritis mengenai komunikasi politik. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian studi Ilmu Politik khususnya yang berkaitan dengan strategi politik seperti komunikasi interpersonal dan komunikasi organisasi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai aktualisasi pengetahuan dan teori-teori komunikasi politik yang diperoleh dengan membandingkan fakta di lapangan.

b. Bagi peneliti berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran-pemikiran, informasi, maupun data awal bagi peneliti yang ingin meneliti komunikasi politik pada waktu dan tempat berbeda.

c. Bagi Masyarakat

Dengan penelitian ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui lebih banyak jenis strategi komunikasi politik sehingga mampu memilih pemimpin sesuai dengan kriteria, karakteristik, dan memiliki kredibilitas serta kapabilitas yang tinggi.



BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait tentang strategi komunikasi politik telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, antara lain ; Rico Hardiono (2018); Goby Rahmat Fauzi (2018); Thaibah (2018); Muh. Rivaldi A Tadda (2020); dan Niken Dwi Palupi (2020).

Pertama, penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 oleh Riko Hardiono Padang tentang “*Strategi Politik dalam Pemilihan Kepala Desa Tengganau Kecamatan Pinggir, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau*”. Mahasiswa Departemen Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara 2017. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan wawancara sebagai teknik utama pengumpulan data. Penelitian ini mengandalkan hasil analisis dari data wawancara yang diperoleh dan relevansinya dengan teori yang digunakan. Strategi politik digunakan untuk mewujudkan cita-cita politik dalam mendapatkan suatu kekuasaan. Sehingga marketing politik, *political branding*, *positioning* dan komunikasi politik menjadi suatu konsep dalam proses pemilihan Kepala Desa.

Kedua, penelitian yang dilakukan pada tahun 2018 oleh Goby Rahmat Fauzi tentang “*Komunikasi Politik Winarti dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tulang Bawang*”. Mahasiswa Ilmu Ushuluddin dan Studi Agama Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri (UIN) Raden

Intan Lampung ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data penelitian yang di pakai yaitu *interview* dan dokumentasi data yang di peroleh dan dianalisis secara teliti. Hasil penelitian ini adalah Winarti melakukan komunikasi dengan 3 unsur utama yaitu: *Pertama*, komunikasi massa, Winarti menggunakan komunikasi massa dengan cara memasang iklan dengan menampilkan visi dan misi dengan di lengkapi foto di media- media, seperti koran, baliho, dan juga radio guna meningkatkan elektabilitas. *Kedua*, komunikasi organisasi, Winarti melakukan komunikasi kepada organisasi yang ada di Kabupaten Tulang Bawang, dengan melakukan komunikasi kepada organisasi memudahkan Winarti mendapat dukungan. *Ketiga*, komunikasi personal, Winarti melakukan blusukan kepada masyarakat, untuk mendengarkan langsung keluhan masyarakat dengan mencermati langsung fakta yang ada di lapangan, sehingga tercipta program yang disebut dengan 25 program pro rakyat.

Ketiga, penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 oleh Thaibah dengan judul "*Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Akmal Ibrahim pada Pilkada Kabupaten Aceh Barat Daya 2017*". Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menggunakan pendekatan yang digunakan yakni Deskriptif Kualitatif dengan teori model Lasswell: Pembicara, Pesan, Media, Pendengar, Pengaruh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dilakukan dalam bentuk empat tahapan aksi ; *Pertama*, mendengar; *Kedua*, mengajak; *Ketiga*, bicara; dan *Keempat*, menang. Keempat tahapan aksi ini

diterapkan pada tahun pemenangan pilkada menjelang pilkada 2017. Dalam menjalankan empat tahapan aksi pemenangan pemilu/pilkada tersebut, tim pemenangan pasangan Akmal Ibrahim, SH dan Muslizar MT menggunakan strategi komunikasi politik dengan pendekatan komunikasi interpersonal, komunikasi publik, dan komunikasi massa. Peran media pada pemilu/pilkada legislatif 2017 sangatlah penting, sehingga hampir semua calon menggunakannya.

Keempat, penelitian yang dilakukan pada tahun 2020 oleh Muh. Rivaldi A. Tadda dengan judul “*Model Komunikasi Politik Kepala Desa Pada Pemilihan Kepala Desa Di Lamunre Tengah Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu*”. Mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar 2020. Temuan dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model komunikasi politik yang digunakan oleh Suradi DM dalam memenangkan Pemilihan Kepala Desa di Desa Lamunre Tengah Kecamatan Belopa Utara, Kabupaten Luwu, ialah: (1). Komunikasi politik konteks tinggi yang dilakukan oleh Suradi DM ini dapat dilihat dari selogan dan pola komunikasinya dengan beberapa tokoh masyarakat yang ada di Desa Lamunre Tengah. Adapun selogan yang dikampanyekan oleh Suradi DM ialah “MUDA MANDIRI MAJU”. (2) Komunikasi Politik Konteks Rendah, Suradi DM bersama timnya dalam menggalang dukungan dari masyarakat, menggunakan komunikasi politik yang sederhana dengan pendekatan yang memungkinkan untuk masuk disetiap kalangan masyarakat. Komunikasi konteks rendah ini dilakukan

dengan langsung mengutarakan maksud dan tujuan dengan bahasa yang sederhana dengan mendatangi masyarakat mulai dari keluarga terdekat.

Kelima, penelitian yang dilakukan pada tahun 2020 oleh Niken Dwi Palupi dengan judul “*Strategi Komunikasi Politik Bambang Kusriyanto Dalam Pemilihan Umum Anggota DPRD Provinsi Jawa Tengah Tahun 2020*”. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan lokasi penelitian di Kabupaten Semarang. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Validitas data dilakukan dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Bambang Kusriyanto melaksanakan komunikasi politik dengan merawat ketokohan dengan membangun *image* disiplin dan merakyat dengan pembuatan Posko BK untuk menampung dana aspirasi, yang kedua yaitu dengan menciptakan kebersamaan dengan memahami khalayak dengan mengikuti kegiatan masyarakat, partai serta menyampaikan pesan politiknya melalui media baliho, spanduk dan *facebook*. Dan terakhir yaitu membangun konsensus dengan menjaga hubungan dengan basis massa, struktural partai dan tokoh-tokoh yang berpengaruh. (2) Bentuk marketing politik yang dilakukan digunakan untuk memasarkan strategi komunikasi politik masyarakat agar mempermudah dalam memperoleh perolehan suara masyarakat. (3) Faktor pendukung yaitu track record dan dukungan dari partai dan tim pemenang. Sedangkan faktor penghambat yaitu Tim pemenang tidak sistematis dan kurang efektifnya Bambang Kusriyanto dalam penggunaan media sosial.

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Nama Peneliti (Tahun)	Tujuan Penelitian & Metode Penelitian	Hasil Penelitian Persamaan & Perbedaan
1.	<p>Rico Hardiono (2017)</p> <p><i>“Strategi Politik Dalam Pemilihan Kepala Desa (Studi Kasus Pada Kepala Desa Terpilih Rumbin Sitio di Desa Tenganau Kecamatan Pinggir, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau 2017)”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bertujuan untuk mengetahui strategi politik kepala desa terpilih Rumbin Sitio pada Pilkades Langsung di Desa Tenganau Kecamatan Pinggir Kabupaten Bengkalis Riau 2017 & mengeksplorasi bagaimana berhasilnya strategi yang ditawarkan oleh Rumbin Sitio kepada masyarakat sehingga kandidat tersebut memenangkan Pilkades Tenganau Riau 2017. • Menggunakan Penelitian Deskriptif Kualitatif. 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Kepala Desa Tenganau yaitu; (1) Marketing Politik (<i>Personal Branding</i>), tim pemenangan Rumbin Sitio melakukan <i>Branding</i> melalui <i>survey</i> di lapangan terlebih dahulu dengan cara mengunjungi setiap masyarakat yang berada di Desa Tenganau terkait dengan apa yang masyarakat desa inginkan. Strategi politik yang dilakukan oleh Tim Pemenangan Rumbi Sitio kampanye <i>door to door</i>, (2) Memilah dan memilih media yaitu dengan menggunakan media baliho & melalui mulut ke mulut.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Persamaan : Dalam penelitian ini yakni meneliti tentang strategi komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan calon kepala desa. ▪ Perbedaan : Dalam penelitian ini yakni peluang & tantangan yang dihadapi Tim Pemenangan Rumbin Sitio dalam menjalankan strategi komunikasi politik Pilkades Kabupaten Bengkalis 2017.
2.	<p>Goby Rahmat Fauzi (2018)</p> <p><i>“Komunikasi Politik Winarti Dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tulang Bawang 2018”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk komunikasi politik Winarti dan untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat dalam kemenangan Winarti di Kabupaten Tulang Bawang. • Penelitian <i>Field Research</i> yang bersifat Deskriptif dengan metode interview & dokumentasi. 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang dilakukan Winarti ada 3 unsur komunikasi yaitu (1) Komunikasi Massa, Winarti dengan cara memasang iklan yang menampilkan visi & misi dengan dikengkapi foto di media seperti koran, baliho, & radio. (2) Komunikasi Organisasi, Winarti melakukan komunikasi organisasi, dengan adanya komunikasi organisasi memudahkan Winarti mendapat dukungan. (3) Komunikasi Personal. Winarti melakukan blusukan ke masyarakat, mendengarkan langsung keluhan dan mencermati langsung fakta yang ada di lapangan sehingga tercipta program yaitu 25 program pro rakyat.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Persamaan : Penelitian ini meneliti tentang strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Tim Pemenangan ▪ Perbedaan : (1) Metode <i>Redundancy</i> yaitu memanfaatkan sarana publikasi. (2) Metode <i>Canalizing</i> yaitu menyampaikan pesan positif seperti visi misi, <i>platform</i>,

No	Judul Nama Peneliti (Tahun)	Tujuan Penelitian & Metode Penelitian	Hasil Penelitian Persamaan & Perbedaan
			<p><i>track record</i> & ajakan <i>persuasive</i> lainnya kepada masyarakat. (3) Metode <i>Informative</i> yaitu dengan cara mengutamakan membentuk <i>image</i> politik & <i>image</i> pasangan yang diusung yang akan mempengaruhi cara pandang masyarakat.</p>
3.	<p>Thaibah (2017)</p> <p><i>“Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Akmal Ibrahim Pada Pilkada Kabupaten Aceh Barat Daya 2017”</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik pemenangan Pilkada Kabupaten Aceh Barat Daya 2017 & untuk mengetahui peluang serta tantangan Tim Pemenangan Pilkada Kabupaten Aceh Barat Daya 2017. Menggunakan penelitian Kualitatif dengan metode Deskriptif. 	<p>Strategi komunikasi politik pemenangan dilakukan dalam tahapan aksi yaitu mendengar, mengajak, bicara, & menang. Dalam menjalankan 4 tahapan aksi pemenangan Pilkada, tim pemenangan pasangan Akmil Ibrahim, SH & Muslizar MT menggunakan strategi dengan pendekatan komunikasi interpersonal, komunikasi politik, & komunikasi massa. Peran media pada Pemilihan Legislatif 2017 sangat penting, bentuk-bentuk komunikasi politik dalam media massa berupa iklan, press release, & dialog interaktif. Sesuai dengan teori model Lasswell; Pembicara, Pesan, Media, Pendengar, & Pengaruh.</p> <ul style="list-style-type: none"> Persamaan : Dalam penelitian ini yakni meneliti tentang strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Tim Pemenangan. Perbedaan : Dalam penelitian ini peluang & tantangan yang dihadapi Tim Pemenangan Akmal Ibrahim & Muslizar MT dalam menjalankan strategi komunikasi politik Pilkada Kabupaten Aceh Barat Daya 2017.
4.	<p>Muh. Rivaldi A. Tadda (2020)</p> <p><i>“Model Komunikasi Politik Kepala Desa Pada Pemilihan Kepala Desa Di Lamunre Tengah Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu 2020”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Bertujuan untuk mengetahui model komunikasi politik Suradi DM dalam pemilihan kepala desa di Lamunre Tengah. Menggunakan penelitian Deskriptif Kualitatif. 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi politik yang digunakan oleh Suradi DM dalam memenangkan Pilkada di Desa Lamunre Tengah, Kabupaten Luwu, ialah : (1) Komunikasi politik konteks tinggi yang dapat dilihat dari selngan & pola komunikasinya dengan beberapa tokoh masyarakat yang ada di Desa Lamunre Tengah. (2) Komunikasi politik konteks rendah, Suradi DM bersama timnya dalam menggali dukungan masyarakat, menggunakan komunikasi politik yang sederhana dengan pendekatan yang memungkinkan untuk masuk di setiap kalangan masyarakat. Komunikasi konteks rendah ini dilakukan secara tatap muka</p>

No	Judul Nama Peneliti (Tahun)	Tujuan Penelitian & Metode Penelitian	Hasil Penelitian Persamaan & Perbedaan
			<p>langsung menggunakan bahasa yang sederhana.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Persamaan : Dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Tim Pemanangan. ▪ Perbedaan : Dalam penelitian ini, komunikasi politik konteks tinggi yang dilakukan Suradi DM dapat dilihat dari slogan & pola komunikasinya dengan tokoh masyarakat di Desa Lamunre Tengah, adapun slogan yang dikampanyekan Suradi Dm ialah “ Muda Mandiri Maju”.
5.	<p>Niken Dwi Palupi (2020)</p> <p>“Strategi Komunikasi Politik Bambang Kusriyanto Dalam Pemilihan Umum Anggota DPRD Provinsi Jawa Tengah Tahun 2020”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik Bambang Kusriyanto dalam pemilu calon legislatif 2019 & untuk mengetahui faktor pendukung serta penghambat dari komunikasi politik yang dilakukan Bambang Kusriyanto. • Menggunakan penelitian Deskriptif Kualitatif. 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (a) Bambang Kusriyanto melaksanakan komunikasi politik dengan merawat ketokohan yang membangun <i>image</i> disiplin & merakyat dengan pembuatan Posko BK untuk menampung dana aspirasi. (b) Menciptakan kebersamaan dengan memahami khalayak serta mengikuti kegiatan masyarakat, partai serta menyampaikan pesan politik melalui media baliho, spanduk & <i>facebook</i>. (c) Membangun consensus dengan menjaga hubungan yang berbasis massa, <i>structural marketing</i> politik yang dilakukan untuk memasarkan strategi komunikasi politik ke masyarakat agar mempermudah dalam memperoleh suara masyarakat. Faktor pendukung yaitu <i>track record</i> & dukungan partai & tim.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Persamaan : Dalam penelitian ini meneliti tentang stratehi komunikasi politik yang dilakukan Tim Pemenangan. ▪ Perbedaan : Dalam penelitian ini memaparkan beberapa faktor pendukung berupa <i>track record</i> & dukungan partai serta tim pemenangan.

B. Kajian Teori

1. Komunikasi dan Komunikasi Politik

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, dan perilaku baik langsung maupun tidak langsung. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, sama disini maksudnya adalah sama makna. Dengan maksud untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku, penerima dan melaksanakan apa yang diinginkan oleh komunikator (Lasswell, 1948).

Komunikasi bukan sekadar penerusan informasi dari suatu sumber kepada publik, ia lebih mudah dipahami sebagai penciptaan kembali gagasan-gagasan informasi oleh publik jika diberikan petunjuk dengan simbol, slogan, atau tema pokok (Nimmo, 1993). Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* (Lasswell, 1948).

Komunikasi adalah proses penyampain informasi-informasi, pesan-pesan, gagasan-gagasan atau pengertian-pengertian dengan menggunakan

lambang-lambang yang mengandung arti atau makna, baik secara verbal maupun non-verbal dari seseorang atau kelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian dan kesepakatan bersama (T. May Rudy, 2005)

Menyimak kandungan makna yang terdapat dalam setiap definisi komunikasi yang telah dikemukakan di atas, dapat menemukan adanya sejumlah unsur yang terlibat di dalamnya. Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, efek. Kelima unsur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Komunikator

Perlu dipahami bahwa komunikasi terjadi, berkembang dan berlangsung pada sebuah situasi yang merupakan terjadinya hubungan sosial antara komunikator dan khalayak didalam satu sistem sosial. Komunikator memainkan pesan sosial yang utama, terutama dalam proses opini publik, opini publik dipahami sebagai tanggapan terhadap gagasan dan usaha komunikator dalam meyakinkan publik. Dan komunikator itu dapat berasal dari mana saja (Gatara & Said, 2007).

b. Pesan

Pesan politik dalam skema ini yaitu informasi-informasi politik yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (McNair, 2016). Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi,

nasihat atau propaganda.

c. Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk memindahkan atau menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media komunikasi dapat berupa saluran antar pribadi, media kelompok, dan media massa. Bentuk-bentuk media antara lain media cetak, media elektronik, media luar ruangan, saluran komunikasi kelompok, saluran komunikasi publik dan saluran komunikasi sosial

d. Komunikan

Komunikan adalah pihak yang menjadi sasaran dari pesan-pesan politik yang dikirimkan oleh komunikator melalui media. Penerima bisa saja individu ataupun kelompok masyarakat. Bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk organisasi, instansi, partai atau negara

e. Efek

Efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

Dalam bentuknya yang paling sederhana, proses komunikasi terdiri dari pengirim, pesan, dan penerima. Suatu tindakan komunikasi bermula dari si pengirim. Karena itu, kualitas komunikasi sebagian besar tergantung dari keterampilan si pengirim. Ia harus tahu isi pesan yang ingin disampaikannya, siapa penerimanya, dan dengan sarana apa pesan itu ingin disampaikan. Selain itu ia juga harus tahu kapan pesan itu harus disampaikan. Kemudian tanggung jawab final dari si pengirim ialah

mencari *feedback* atau umpan balik dan mengevaluasi secara hati-hati (Maran, 2001).

Komunikasi merupakan proses pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan. Dari sisi kegunaannya, komunikasi politik berguna untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intra golongan, institusi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik masyarakat dalam sektor pemerintahan (Muhtadi, 2008).

Komunikasi merupakan proses dinamis dan menjadi bagian yang menentukan dari proses-proses sosialisasi politik yaitu proses yang membuat individu dapat mengenal sistem politik, partisipasi politik yaitu keterlibatan individu dalam sistem politik, dan rekrutmen politik yaitu proses yang individunya menjamin atau mendaftarkan diri untuk menduduki suatu posisi politik tertentu (Rush & Althoff, 2008).

Berbeda dengan Lasswell, Steven justru mengajukan sebuah definisi yang lebih luas bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli, apakah itu berasal dari seseorang atau lingkungan sekitarnya (Cangara, 2016). Meski definisi yang dibuat para pakar memiliki perspektif yang berbeda satu sama lainnya menurut latar belakang disiplin ilmu yang membuat definisi itu, pada dasarnya definisi-definisi itu tersebut tidak terlepas dari substansi komunikasi itu sendiri. Salah satu kegiatan komunikasi adalah komunikasi politik.

Komunikasi politik mengandung dua konsep yang saling berhubungan di dalamnya yaitu komunikasi dan politik. Komunikasi dan politik mempunyai dua makna yang berberda. Komunikasi adalah suatu transaksi, proses, simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya, pertama dengan membangun hubungan antar sesama manusia, kedua melalui pertukaran informasi, ketiga untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain, keempat berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara, 2016). Politik adalah kegiatan yang dilakukan dalam suatu negara yang menyangkut proses menentukan tujuan dan pelaksanaan tujuan tersebut. Untuk melaksanakan tujuan itu, diperlukan kebijaksanaan umum (*public policy*) yang mengatur alokasi sumber daya yang ada. Untuk melaksanakan kebijaksanaan itu, perlu ada kekuasaan (*power*) dan kewenangan (*authority*) yang akan dipakai, baik untuk membina kerja sama maupun menyelesaikan konflik yang bisa timbul setiap saat. Lebih lanjut Budiardjo menekankan bahwa tujuan politik bukan untuk memenuhi kepentingan atau tujuan pribadi seseorang (*private good*), melainkan untuk kepentingan seluruh masyarakat (Cangara, 2016).

Komunikasi politik juga diartikan sebagai proses pembelajaran, penerimaan dan persetujuan atau kebiasaan-kebiasaan (*costums*) atau aturan-aturan (*rules*), struktur dan faktor-faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap kehidupan politik (Muhtadi, 2008: 11). Secara operasional, komunikasi politik seringkali diartikan sebagai mekanisme komunikasi komunikator yaitu para aktor politik untuk memperoleh

dukungan politik dari komunikasi melalui cara tatap muka (*face to face communication*). Komunikasi politik mencerminkan adanya interaksi yang terus menerus antar elit politik dan masyarakat dengan maksud agar aspirasi masyarakat dapat diartikulasikan sehingga para komunikator dapat memperoleh legitimasi dari masyarakat dengan cara memperjuangkan aspirasinya (Muhtadi, 2008 : 38).

Komunikasi politik mempunyai dua penekanan yang berbeda: (1) pandangan yang menekankan pada faktor tujuan, yaitu komunikasi politik sebagai suatu proses penyampaian pesan-pesan politik yang dilakukan secara sengaja untuk membuat komunikasi berperilaku politik tertentu; (2) visi yang menekankan pada efek yang hendak dicapai. Komunikasi politik dilakukan untuk mencapai target tertentu dalam bentuk efek dari proses komunikasi yang dilakukan (Muhtadi, 2008 : 64).

Komunikator politik dapat dibedakan dalam dua status yaitu; komunikator politik yang menduduki struktur kekuasaan atau komunikator elite yang berkuasa dan komunikator yang berada dalam struktur masyarakat atau elit masyarakat yang tidak menduduki struktur kekuasaan (Syarbaini, Nur, & Anom, 2021).

2. Strategi Komunikasi Politik

Strategi merupakan langkah prioritas yang diambil setiap organisasi melalui berbagai cara dan pilihan tentang rencana terbaik dalam mencapai misi organisasi tersebut. Menurut Nounkeu (2011) pencapaian misi tersebut dapat diraih melalui tiga tahapan strategi, yaitu: perencanaan,

pelaksanaan dan evaluasi strategi (Arifin, 2011).

Pengertian lain dari strategi yakni sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan (Lilleker & Koc-Michalska, 2013). Dalam mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan strategi harus mampu menunjukkan tentang taktik operasionalnya (Effendy, 2018).

Menurut Peter dalam (Pito, 2006: 198) bahwa pada dasarnya strategi komunikasi politik dibagi menjadi dua yaitu strategi *ofensif* (menyerang) dan strategi *defensif* (bertahan). Strategi *ofensif* dibagi menjadi strategi untuk memperluas dukungan dan strategi untuk menembus calon pendukung baru. Dalam bidang politik, hal tersebut analog dengan strategi menambah jumlah pemilih atau massa pendukung. Sedangkan strategi *defensive* yaitu mempertahankan pasar yang bertujuan mempertahankan pemilih dan masyarakat yang loyal kepadanya agar tetap memberikan suaranya pada satu pilihan.

Menurut Rodriguez Andres (2016) menjelaskan secara umum bentuk komunikasi politik yang sering digunakan oleh komunikator didalam menyusun infrastruktur politik dalam mencapai tujuan antara lain *retorika*, agitasi politik, propaganda, *public relation*, dan kampanye politik. *Retorika* merupakan bahasa Yunani yang berarti seni berbicara. Pada awalnya retorika ini digunakan dalam perdebatan yang terjadi diruang sidang, pengadilan, dengan tujuan saling mempengaruhi. *Agitasi*

politik merupakan dari bahasa latin yang berarti bergerak atau meggerakan. Agitasi dapat dilakukan untuk membangkitkan rakyat terhadap suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan, dengan merangsang dan membangkitkan emosi khlayak. *Propaganda* berasal dari bahasa latin yang berarti menanamkan. Propaganda digunakan oleh politikus atau kader politik yang mempunyai kemampuan dalam melakukan sugesti kepada khalayak serta menciptakan suasana yang dengan mudah terkena sugesti. *Public relation* merupakan bentuk dan upaya alternatif dalam mengimbangi propaganda yang dianggap membahayakan kehidupan sosial politik. *Kampanye politik* merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan sekelompok organisasi atau aktor politik dakam waktu tertentu, untuk memperkuat dan memperoleh dukungan politik dari masyarakat (Shahreza, 2016).

Istilah “kampanye pilitik” terbentuk dari istilah “kampanye” dan “politik”. Istilah “kampanye” berasal dari bahasa Inggris yaitu *champaign* (Liebhart & Bernhardt, 2017) dan merupakan serangkaian kegiatan komunikasi antar organisasi dengan tujuan menciptakan dampak tertentu, terhadap sebagian besar khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode tertentu (Ruslan, 2008). Sedangkan istilah “politik” dapat diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan kekuasaan, negara, atau pengambilan kebijaksanaan publik (Miriam Budihardjo, 1981). Kampanye politik merupakan salah satu bentuk komunikasi politik yang dilakukan dalam proses pemilihan umum, pemilihan umum kepala daerah, atau

pemilihan presiden. Kampanye politik memiliki peraturan tersendiri yang didalamnya terdapat jadwal, tata caranya, pengawasan dan sanksi-sanksi jika terjadi pelanggaran (Kreiss, Lawrence, & McGregor, 2018).

Roger & Storey dalam (Umaimah Wahid, 2016: 152) menjelaskan bahwa kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Menurut (Umaimah Wahid, 2016), komunikasi politik dalam bentuk kampanye merupakan tindakan yang terorganisasi yang dilakukan oleh komunikator profesional yang dikenal dengan sebutan tim sukses, konsultan politik, juru kampanye, manajer kampanye, atau *spin doctor*. Tim sukses merupakan tim kerja yang diambil dari tenaga profesional yang ditugaskan sebagai penasihat, kampanye politik merupakan Tindakan politik yang besar karena melibatkan banyak pihak dengan tingkat ketegangan dan konflik kerja tinggi serta memerlukan perencanaan, sumber daya manusia, dan pembiayaan.

Dalam kampanye politik, komunikator politik sering disebut juru kampanye atau jurkam yang harus didaftarkan pada komisi pemilihan umum (Rahyadi & Aras, 2020). Jurkam mempunyai tanggung jawab dalam hal ini merumuskan gagasan, tema kampanye, membuat perencanaan guna mencapai tujuan yang efektif dan efisien dalam membangun citra politik dan mempengaruhi, membentuk dan membina opini publik yang positif (Azhar, 2020). Selain itu, jurkam dan tim

sukses juga diharuskan untuk merancang model kampanye, baik dalam model kampanye *offline* maupun online (Munaliah, 2021).

Bentuk saluran kampanye dewasa ini dapat berupa saluran konvensional atau dengan memanfaatkan teknologi serta jenis media baru yang lebih inovatif, seperti media sosial atau media lain berbasis internet. Efek yang diharapkan terjadi dari proses komunikasi politik adalah tercapainya tujuan aktor politik yang bersangkutan. Dalam hal pemilihan umum, efek yang diharapkan dari proses komunikasi politik adalah terpilihnya aktor politik untuk menduduki jabatan tertentu yang diharapkan. Komunikasi politik yang demikian, terjadi juga dalam pemilihan kepala desa sebagaimana UU No.6 Tahun 2014 Pasal 36 ayat 3 yang menyatakan bahwa calon kepala desa dapat melakukan kampanye sesuai dengan kondisi sosial budaya masyarakat desa dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Strategi komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan saat ini, guna mencapai tujuan politik pada masa depan (Indiana, Anderson, & Sariani, 2022).

Strategi komunikasi politik menurut Anwar Arifin sebagai berikut:

a. Ketokohan dan Kelembagaan

Langkah pertama dalam strategi komunikasi politik, ialah merawat ketokohan dan kelembagaan. Artinya, ketokohan seorang politikus dan kemantapan lembaga politiknya dalam masyarakat akan memiliki pengaruh tersendiri dalam komunikasi politik. Selain itu,

diperlukan kemampuan dan dukungan lembaga dalam menyusun pesan politik, menetapkan metode, dan memilih media politik yang tepat.

1) Merawat Ketokohan

Menurut (Arifin, 2011: 236-237) beberapa hasil studi menunjukkan bahwa pemberi suara dalam pemilihan umum cenderung menjatuhkan pilihannya kepada pahlawan politik, yaitu kandidat yang sesuai dengan citra jabatan ideal baginya. Citra jabatan ideal yang dimaksud itu ialah politikus yang memiliki ketokohan, karena mempunyai sifat-sifat utama seperti kecakapan, kedewasaan, keberanian dan sebagainya. Dengan demikian pahlawan politik memiliki daya tarik tersendiri, yang dalam proses komunikasi politik sangat penting untuk memengaruhi khalayak terutama calon pemilih

2) Memantapkan Kelembagaan

Menurut (Arifin, 2011: 241) ketokohan seorang politikus, aktivis atau profesional akan meningkat jika ia didukung oleh lembaga yang ternama, atau berkiprah dalam lembaga tersebut. Jadi, lembaga merupakan sebuah kekuatan yang besar dalam membantu proses komunikasi politik yang efektif. Lembaga yang dimaksud adalah wadah kerjasama beberapa orang untuk mencapai tujuan bersama. Dalam dunia politik, lembaga itu dapat berupa partai politik, parlemen, dan pemerintahan atau birokrasi.

b. Menciptakan Kebersamaan

Menurut (Arifin, 2011: 243) suasana *homofili* yang harus diciptakan antara politikus dan khalayak adalah persamaan bahasa (simbol komunikasi), persamaan busana, persamaan kepentingan dengan khalayak, terutama mengenai pesan politik, metode, dan media politik. Namun, yang sangat penting adalah siapa tokoh yang melakukan komunikasi khalayak. Artinya, politikus atau aktivis telah memiliki persamaan dengan khalayaknya.

1) Memahami Khalayak

Menurut ahli (Lasswell, 1948) terdapat tiga bentuk pengaruh kelompok yang bisa dijadikan sebagai faktor dalam memahami khalayak, yaitu *attention area*, *public area*, dan *sentiment area*. *Attention area* merupakan bidang dimana perhatian individu identik dengan masyarakat. Perhatian ini dipengaruhi oleh pengalaman sendiri, tetapi yang menjadi pokok persoalan adalah bagaimana seseorang mengambil tindakan terhadap suatu persoalan yang sama atau berbeda dengan tindakan masyarakat. Kemudian *public area*, yaitu bidang yang memberi pengaruh terhadap seseorang karena adanya keterikatan psikologis yang amat kuat antara kelompok dan individu. Selanjutnya *sentiment area* adalah sesuatu yang dalam diri seseorang terdapat ikatan-ikatan yang sangat sukar untuk dijelaskan dan hanya dirasakan kebenarannya saja.

2) Menyusun Pesan Persuasif

Menurut (Arifin, 2011: 248) syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan politik yang bersifat persuasif, adalah menentukan tema dan materi yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. Syarat utama dalam memengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah harus mampu membangkitkan perhatian, selain keinginan khalayak untuk menyaksikan politikus yang akan menyajikan pesan-pesan politik tersebut.

3) Menetapkan Metode

Menurut (Arifin, 2011: 252) momentum penting yang harus dilewati yang hasilnya dapat diukur adalah pemilihan umum. Suara yang diraih dalam pemilihan umum akan merupakan hasil konkret dari keseluruhan kerja politik termasuk komunikasi politik, khususnya yang berkaitan dengan metode yang digunakan.

4) Memilah dan Memilih Media

Menurut (Arifin, 2011: 257) seluruh media dapat digunakan dalam komunikasi politik, karena tujuannya adalah untuk membentuk dan membina pendapat umum, serta mempengaruhi pemberi suara dalam pemilihan umum. Untuk komunikasi jarak dekat atau tatap muka tentu media tidak diperlukan. Khusus untuk berkomunikasi jarak jauh dengan orang banyak maka diperlukan media massa atau media interaktif (*internet*).

c. Membangun Konsensus

Langkah strategis ketiga yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi politik, yaitu membangun konsensus baik antara para politikus dan dalam satu partai politik maupun antara para politikus dari partai yang berbeda (Sholeh, 2019).

1) Seni Berkompromi

Menurut (Arifin, 2011: 264) dalam proses lobi antara politikus yang berbeda pendapat, harus dibuka berbagai kemungkinan, sebab yang dicari adalah konsensus politik atau solusi politik dari adanya konflik politik. Dalam hal ini, diperlukan kiat atau seni tersendiri.

2) Bersedia Membuka Diri

Menurut (Arifin, 2011: 265) para politikus yang akan melakukan lobi untuk mencari solusi dengan membangun konsensus harus memulai dengan kesediaan membuka diri. Para pelobi harus siap membuka diri, yaitu menerima pengalaman baru atau gagasan baru, sesuai dengan konsep diri yang ada pada masing-masing politikus yang berbeda pendapat.

3. Sistem Pemilihan Kepala Desa

Berdasarkan Undang-Undang No.14 tahun 2017 dan Peraturan Bupati Kabupaten Sukoharjo No. 51, BD 2019/No.52 desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut desa, adalah wilayah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah

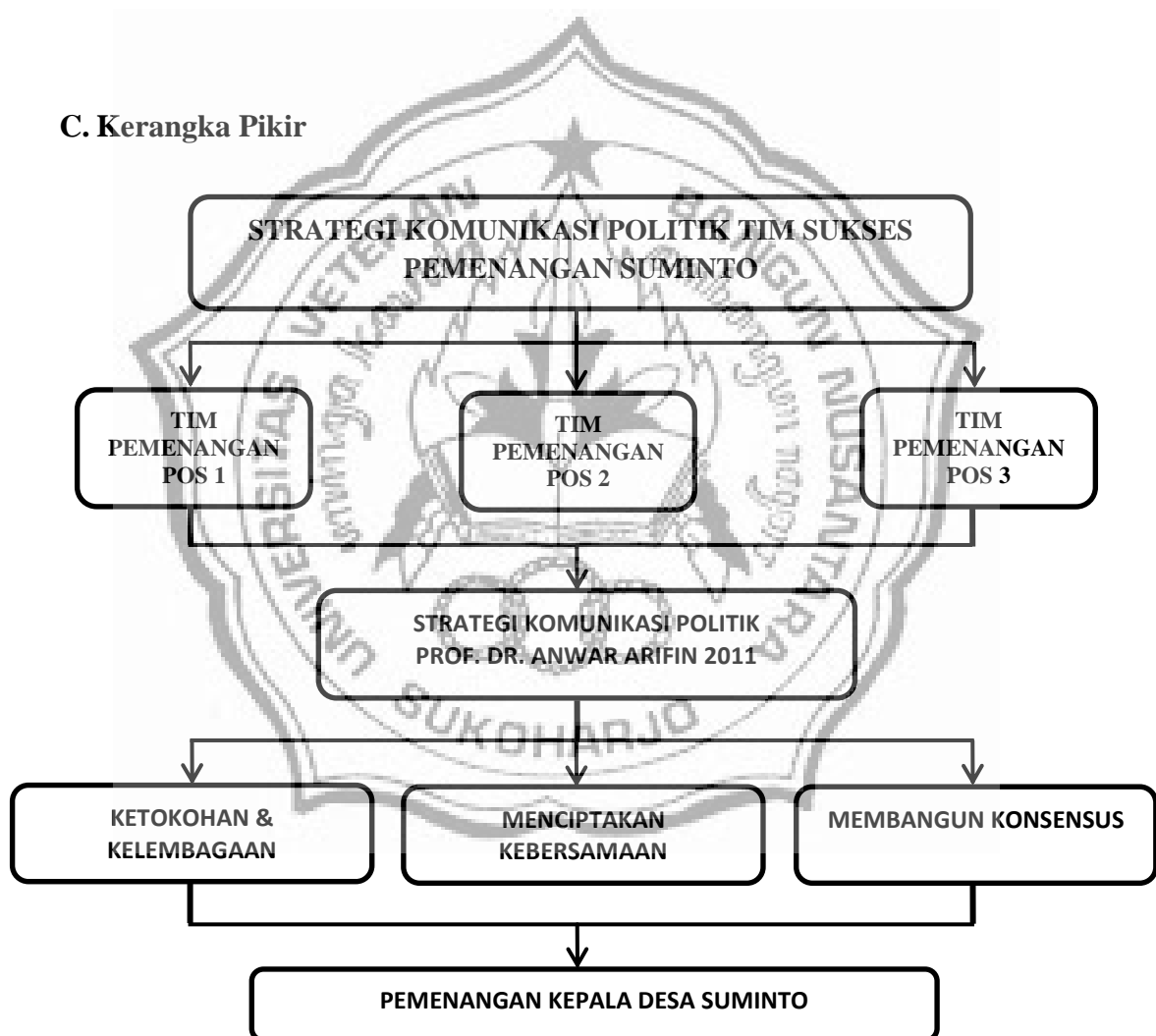
yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintah, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan Prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam system pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.(UU No.14 Tahun 2017 Pasal 1 (4); Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo No. 14 Tahun 2017) (Peraturan Bupati (PERBUP), 2019).

Pemerintah desa adalah kepala desa dibantu perangkat desa sebagai unsur penyelenggara pemerintah desa. Kepala desa adalah pejabat pemerintah desa yang mempunyai wewenang, tugas dan kewajiban untuk menyelenggarakan rumah tangga desanya dan melaksanakan tugas dari pemerintah dan pemerintah daerah (UU No.14 Tahun 2017 Pasal 1 (11); Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo No. 14 tahun 2017). Menurut UU No. 6 Tahun 2014 Pasal 34, Kepala desa dipilih langsung oleh penduduk Desa dengan system pemilihan yang bersifat langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil, serta dilaksanakan melalui tahap pencalonan, pemungutan suara, dan penetapan (JDIH Sukoharjo, 2022).

Pemilihan kepala desa dilaksanakan oleh panitia pemilihan kepala desa secara serentak di seluruh wilayah kabupaten/kota (UU No.14 tahun 2017 pasal 31). Panitia pemilihan kepala desa tingkat desa yang selanjutnya disebut panitia pemilihan adalah panitia yang dibentuk oleh BPD untuk menyelenggarakan proses pemilihan kepala desa (UU No.14 tahun 2017 pasal 1 ayat13; Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo No. 14 tahun 2017) (BPK RI Sukoharjo, 2018).

Menurut UU No. 6 Tahun 2014 dan Perda Kab. Sukoharjo No.14 tahun 2017 pada pasal 29, calon kepala desa wajib memenuhi syarat: (a) Warga negara Republik Indonesia; (b) Bertakwa kepada Tuhan Yang maha Esa; dan (c) Memegang teguh dan mengamalkan Pancasila, melaksanakan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia dan Bhinneka Tunggal Ika (PERDA Sukoharjo, 2017).

C. Kerangka Pikir



Gambar 1 : Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka berpikir diatas diketahui bahwa strategi komunikasi politik tim sukses pemenangan Suminto dibagi dari Pos 1 (Dusun Klaseman, Brebes, pendem, Jarum,), Pos 2 (Dusun Jarum Kulon, Jarum Etan, Gandekan), Pos 3 (Dusun tanjungan). Unsur komunikasi politik yang digunakan Suminto beserta tim sukses pemenangnya dalam mempengaruhi persepsi masyarakat Desa Kedungjambal berupa penyampaian pesan-pesan politik dan media yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, sehingga masyarakat lebih mengenal dan mengetahui visi dan misi, serta memilih Suminto sebagai Kepala Desa pada pilkades serentak Kabupaten Sukoharjo tahun 2018.

