

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK TIM  
PEMENANGAN RIDHO DALAM PEMILIHAN  
KEPALA DESA TABILAA  
PERIODE 2021-2027**

Oleh

**MOHAMAD ZIAT MOHA**

**NIM: S2216003**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Ichsan Gorontalo



**PROGRAM STRATA SATU (S1)  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO**

**2021**

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM  
PEMENANGAN RIDHO PADA PEMILIHAN KEPALA  
DESA TABILAA KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW  
SELATAN TAHUN 2021**

Oleh

**MOHAMAD ZIAT MOHA  
S2216003**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Universitas Ichsan Gorontalo**

Menyetujui,

**Pembimbing I**



**Dr. Andi Subhan, S.S., M.Pd.**  
**NIDN:0923098001**

**Pembimbing II**



**Dwi Ratnasari, S.Sos.M.I.Kom**  
**NIDN: 0928068903**

**Ketua Program Studi  
Humor Komunikasi**



**Minanri Tolapa, S.Sos., M.Si**  
**NIDN:-0922047803**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK TIM PEMENANGAN RIDHO DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA TABILAA PERIODE 2021-2027

Oleh

**MOHAMAD ZIAT MOHA**

**NIM : S2216003**

### SKRIPSI

Telah Dipertahankan Didepan Penguji

Pada Tanggal .....,.....,2021

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

#### Komisi Penguji :

1. Dr. Andi Subhan S.S., M.Pd

:.....

2. Dwi Ratnasari, S.Sos.,M.I.Kom

:.....

3. Dr. Bala Bakri, S.IP.,S.E.,S.Psi.,M.M

:.....

4. Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si

:.....

5. Dra. Salma P.Nua., M.Pd

:.....

#### Mengetahui :

Dekan Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Arhan, S.Sos.,M.Si

NIDN:0913078602

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si

NIDN:0922047803

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mohamad Ziat Moha

Nim : S2216003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul “ **Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan RIDHO Dalam Pemilihan Kepala Desa Tabilaa Periode 2021-2027**” adalah benar-benar asli / merupakan karya sendiri dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar sarjana baik Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dan saran dari pembimbing dan penguji pada saat ujian skripsi ini.
3. Dalam skripsi ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terbukti pernyataan yang saya buat tidak benar, maka saya bersedia sanksi akademik yang berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Gorontalo, Desember 2021

Yang Membuat Pernyataan



Mohamad Ziat Moha

## ABSTRACT

### **MOHAMAD ZIAT MOHA. S2216003. THE POLITICAL COMMUNICATION STRATEGY OF RIDHO'S WINNING TEAM IN THE TABILAA VILLAGE HEAD ELECTION FOR THE PERIOD OF 2021-2027**

*This study aims to determine the political communication strategy of RIDHO and the winning team in the election of the Tabilaa Village Head for the 2021-2027 period. The research method used is descriptive qualitative, a research process carried out through observation, interviews, and documentation to understand the phenomena in the field. The results of this study indicate that the political communication strategy is functioned by RIDHO and the winning team in the election of the village head of Tabilaa. It is to influence the community through four aspects, namely rhetoric, propaganda, campaigns, and mass media. The rhetoric used by RIDHO and the winning team is an approach to the community through speaking art and speaking styles such as inserting joke material during socialization as a typical way of RIDHO candidates. The propaganda conducted by RIDHO and the winning team is carried out through weekly meetings to control the community when issues are circulating. The political campaign used by RIDHO and the winning team is more directed at introducing RIDHO to the public. The mass media utilized by RIDHO and the winning team in the election are committed to engaging printed media and social media.*

*Keywords: political communication strategy, village head election*



## ABSTRAK

### **MOHAMAD ZIAT MOHA. S2216003. STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK TIM PEMENANGAN RIDHO DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA TABILAA PERIODE 2021-2027**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik tim pemenangan RIDHO dalam pemilihan Kepala Desa Tabilaa periode 2021-2027. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif, yaitu suatu proses penelitian yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi untuk memahami fenomena-fenomena di lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang digunakan tim pemenangan RIDHO dalam pemilihan kepala desa Tabilaa adalah memengaruhi masyarakat melalui empat hal, yaitu retorika, propaganda, kampanye, dan media massa. Retorika yang digunakan RIDHO dan tim pemenangan adalah pendekatan kepada masyarakat melalui seni berbicara dan gaya berbicara seperti menyelipkan materi candaan dalam melakukan sosialisasi yang merupakan ciri khas kandidat RIDHO. Propaganda yang dilakukan oleh RIDHO dan tim pemenangan dilakukan melalui pertemuan-pertemuan dilakukan setiap minggu untuk mengontrol masyarakat ketika ada isu-isu yang beredar. Kampanye politik yang digunakan RIDHO lebih mengarah pada perkenalan diri kepada masyarakat. Media massa yang digunakan oleh RIDHO dan Tim Pemenangan dalam pemilihan itu adalah media cetak dan media sosial.

Kata kunci: strategi komunikasi politik, pemilihan kepala desa



## MOTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”

(Q.S An Najm : 9)

“Pesimisme menimbulkan kegagalan, optimisme memberikan kekuatan ”  
(William James)

“Kesuksesan datang pada orang-orang yang siap”  
(Mohamad Ziat Moha)

### PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah S.W.T dan salawat kepada nabinya baginda Muhammad S.A.W. Alhamdulillah dengan rahmat dan kuasanya sehingga penulis bisa sampai pada tahap penyelesaian akhir study Strata 1 dan mempersembahkan Karya Tulis ilmiah/Skripsi ini kepada orang-orang tersayang

*Untuk Orang Tua Tercinta*

#### **RIDWAN MOHA DAN MARLINA WEWENGGANG**

segala sesuatu yang ada dimuka bumi hanyalah titipan oleh maha pencipta, namun akan hadirmu dalam perjalanan hidup ini adalah titipan yang lebih berarti dari apapun dimuka bumi. Kata terimakasih atas semua pengorbanan terhadap anakmu bukan hal yang mampu membalas budi jasa mu. Akan tetapi terimalah persembahan ini sebagai bentuk dedikasiku dalam menghormati setiap pengorbananmu. Semoga kalian berdua selalu dalam lindungan Allah S.W.T.Aamiin.....

*Untuk Keluarga Tercinta*

Terimakasih kepada adik-adikku. Fadia Amelia Moha dan Akila Putri Moha atas Doa, dan segala bantuan moral dan moril kepada penulis sehingga sampai pada tahap ini dalam menyelesaikan akhir study. Semoga kita akan selalu disatukan oleh Allah s.w.t dengan cinta dan kasih sayang.Aamiin...

*Untuk Dosen-Dosen*

Terimakasih kepada dosen-dosen atas segala bimbingan dan motivasi setiap kata-perkata dalam proses penyusunan Karya Tulis Ilmiah/Skripsi ini hingga selesai.

*Untuk Orang-Orang Terdekat*

Terimakasih kepada kalian yang selalu menyempatkan waktu dalam berdiskusi di setiap proses penyusunan Karya Tulis Ilmiah/Skripsi ini.

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kepada Allah Subhanahuwata'ala yang telah memberikan nikmat dan hidayah berupa kesempatan dan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK TIM PEMENANGAN RIFHO DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA TABILAA PERIODE 2021-2027”** demi menempuh gelar strata satu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam penulisan maupun isi. Berkat kemampuan yang ada serta bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, utamanya dari dosen pembimbing I Bapak Dr. Andi Subhan S.S.,M.Pd dan pembimbing II Ibu Ratnasari S.Sos.,M.I.Kom yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi ini.

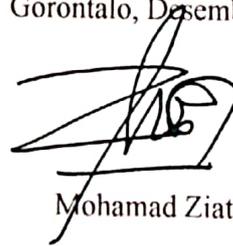
Oleh karena itu, melalui kesempatan ini izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abdul Gaffar Latjokke M.Si sebagai rektor Universitas Ichsan Gorontalo
2. Bapak Muhammad Ichsan Gaffar, S.E, M.A selaku ketua yayasan Universitas Ichsan Gorontalo
3. Bapak Dr. Arman, S.Sos., M.Si sebagai dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
4. Ibu Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si sebagai ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Bapak Dr. Andi Subhan S.S.,M.Pd selaku pembimbing satu saya yang tiada henti membimbing saya sampai skripsi ini telah selesai
6. Ibu Ratnasari S.Sos.,M.I.Kom selaku pembimbing ke dua saya yang selalu memberikan semangat dan mendorong saya agar skripsi ini cepat selesai beliau juga tidak bosan-bosan membimbing saya sampai tahap terahir
7. Seluruh staf dosen dan tata usaha dilingkungan civitas akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo

7. Seluruh staf dosen dan tata usaha dilingkungan civitas akademika Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik
8. Teristimewa untuk semua keluarga tercinta
9. Teman-teman dan sahabat penulis yang selalu menyemangati dan membantu menyelesaikan usulan penelitian ini

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkannya.

Gorontalo, Desember 2021



Mohamad Ziat Moha

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	3
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	4
1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti .....	4
BAB II .....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
<b>2.1 Konsep Komunikasi Politik</b> .....	6
2.1.1 Definisi Komunikasi .....	6
2.1.2 Jenis-jenis Komunikasi.....	7
2.1.3 Komunikasi Politik .....	10
2.1.4 Strategi Komunikasi Politik.....	11
1) Retorika .....	13
2) Propaganda .....	14
3) Kampanye.....	15
4) Strategi komunikasi media massa .....	16
<b>2.2 Pemilihan Umum</b> .....	16
2.2.1 Pengertian Pemilihan Umum .....	16
2.2.2 Jenis-jenis Pemilih dalam Pemilu.....	18
2.2.2.1 Pemilihan Presiden.....	19

2.2.2.2 Pemilihan Kepala Daerah .....	20
2.2.2.3 Pemilihan Kepala Desa .....	22
<b>2.5 Tim pemenangan.....</b>	<b>23</b>
2.5.1 Tujuan dan fungsi tim pemenangan .....	25
<b>2.6 Kerangka Pikir.....</b>	<b>25</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>27</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
<b>3.1 Objek penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>3.2 Lokasi dan waktu penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>3.3 Metode penelitian.....</b>	<b>27</b>
<b>3.4 Sumber data .....</b>	<b>28</b>
1) Data primer:.....	28
2) Data sekunder:.....	28
<b>3.5 Informan penelitian.....</b>	<b>29</b>
3.7.1 Wawancara .....	30
3.7.2 Observasi.....	30
<b>3.8 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>30</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>33</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....</b>	<b>33</b>
4.1.1 Sejarah Desa Tabilaa .....	33
4.1.2 Keadaan Sosial Budaya Desa Tabilaa.....	34
<b>4.1.2.1 Kependudukan .....</b>	<b>34</b>
4.1.2.2 Mata Pencaharian Penduduk.....	34
4.1.2.3 Tingkat pendidikan masyarakat .....	35
<b>4.3 Hasil Penelitian dan pembahasan .....</b>	<b>36</b>
<b>4.3.1 Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan RM (RIDHO) dalam</b> <b>Pemilihan Sangadi di Desa Tabilaa .....</b>	<b>36</b>
4.3.1 Retorika.....	37
4.3.2 Propaganda.....	39
4.3.3 Kampanye.....	41
4.3.4 Strategi Komunikasi Media Massa .....	43
<b>4.4 PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>

BAB V .....	53
KESIMPULAN DAN SARAN .....	53
5.1 KESIMPULAN.....	53
5.2 SARAN.....	53
DAFTAR PUSTAKA	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi dianggap sebagai bidang ilmu yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari dimana bisa mengetahui segala informasi yang berada di lingkungan. Informasi tersebut didapatkan melalui media atau dari orang lain. Komunikasi sudah ada sejak zaman dulu bahkan sejak manusia lahir komunikasi telah ada pada diri manusia. Dalam dunia komunikasi, komunikasi juga tidak dapat terlepas dari segala kegiatannya dengan komunikasi penyampaian pesan politik dan tujuan politik akan dapat tersampaikan dengan baik sebagaimana mestinya seperti yang di inginkan melalui komunikasi politik.

Komunikasi politik diasumsikan suatu proses yang secara keseluruhan terintegrasi atau terhubung dengan berbagai pihak yang mampu memberikan informasi yang positif dan menyalurkan aspirasi kepentingan politik rakyat yang menjadi input sistem politik. Komunikasi politik adalah suatu komunikasi yang melibatkan pelaku politik dan pihak selain pelaku politik yang mendiskusikan mengenai ketatanegaraan atau aspek-aspek kenegaraan lainnya. Terlepas dari komunikasi politik harus ada suatu perencanaan komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh dengan sedemikian rupa, sehingga masalah yang di bahas oleh jenis kegiatan komunikasi politik tersebut dapat mengikat suatu kelompok atau warga tertentu dengan melalui strategi komunikasi politik.

Strategi komunikasi politik merupakan upaya sekelompok manusia yang mempunyai orientasi, pemikiran politik atau ideologi tertentu kedalam suatu sistem politik dengan menggunakan simbol-simbol yang berarti untuk menguasai atau memperoleh kekuasaan. Strategi komunikasi sangat dibutuhkan sebagai bentuk pelaksanaan komunikasi politik seperti kampanye politik partai dan calon anggota pemimpin. Sebagaimana tingkat pemilihan yang dilakukan bukan hanya di tingkatan atas saja, tetapi juga sampai pada tingkatan bawah Bupati maupun Calon Kepala Desa.

Hal itu strategi komunikasi politik dalam pemilihan kepala desa sangatlah wajar. Karena dalam pemilihan kepala desa memerlukan strategi komunikasi politik dilakukan oleh Calon Kepala Desa yang di tujukan pada masyarakat desa. Masing-masing calon menggunakan strategi komunikasi politik yang bertujuan untuk menarik simpati masyarakat. Hal itu membantu memenangkan perolehan suara dalam pemilihan kepala desa. Dalam pemilihan kepala desa pun terdapat partisipasi dari tim pemenangan yang tugasnya secara langsung melakukan strategi komunikasi politik dalam membantu proses pencalonan sampai pemilihan.

Pemilihan Kepala Desa Tabilaa di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan diselenggarakan pada tanggal 10 april 2021 dimenangkan oleh RM (RIDHO) nama politik RIDHO sebagai kandidat pertama. kandidat itu berhasil memenangkan pemilihan dengan jumlah yang lebih dari lawan politik dari kandidat kedua LN (PLN). Pemilihan tersebut diakhiri dengan kemenangan tim dan pendukung dari masyarakat dengan jargon politik Untuk Tabilaa Lebih Baik.

Kampanye politik yang dibangun oleh kandidat RM (RIDHO) dan tim pemenangan sering mendapat masalah-masalah strategi dalam kampanye politik, mulai dari kesiapan, sosialisasi tim pemenangan dan memengaruhi masyarakat dalam sikap politik. dibangun oleh tim pemenangan untuk mengawal proses kampanye dan memperkuat kepercayaan kandidat. Saat melakukan strategi terdapat masalah di lapangan, konflik antar pendukung dari kandidat yang berbeda dalam masa pemilihan. Begitupun dengan masalah Covid-19 yang sudah menyebar luas di Indonesia. Oleh karena itu kerja tim dalam komunikasi politik yang dibangun sebagai sosialisasi program kerja bentuk citra RIDHO menjadi terbatas dengan adanya penjagaanketat oleh Tim Satgas dan aparat kepolisian sesuai dengan intruksi Presiden dan kementerian kesehatan.

Berdasarkan beberapa masalah yang disebutkan, penulis ingin mengetahui strategi komunikasi politik. Hal itu didasarkan pada keingintahuan mengenai langkah-langkah tim pemenangan RIDHO dalam pemilihan kepala desa tabilaa periode 2021-2027.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian sebelumnya, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi politik tim pemenangan RIDHO dalam pemilihan kepala desa Tabilaa periode 2021-2027?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan dalam permasalahan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi politik tim pemenangan RIDHO dalam pemilihan kepala desa Tabilaa periode 2021-2027.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, ada beberapa manfaat dalam Strategi Komunikasi Politik baik secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat-manfaat penelitian yang dimaksudkan:

#### **1.4.1 Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsi secara teoritis sebagai bahan pengetahuan dan bahan kajian untuk penelitian selanjutnya dan memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaharuan strategi komunikasi politik sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan strategi komunikasi politik.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat disajikan sebagai bahan masukan dan evaluasi di Desa Tabilaa Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, dapat mengembangkan strategi komunikasi politik pemilihan umum. khususnya pada pemilihan kepala desa. Pemilihan ini juga diharapkan menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang strategi komunikasi politik.

### 1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti

Berikut adalah manfaat penelitian adalah :

1. menjadi bahan pertimbangan ataupun masukan untuk mengetahui strategi komunikasi politik dalam pemilihan kepala desa yang baik sesuai aturan yang berlaku.
2. Sebagai sumbangsih pembelajaran atau sumbangan literatur bagi pemerintah desa Tabilaa agar efektif dalam pelaksanaan pemilihan kepala desa.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Konsep Komunikasi Politik**

##### 2.1.1 Definisi Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin, *communications*, yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Proses komunikasi memiliki makna transfer informasi atau pesan dari pengirim pesan sebagai komunikator kepada penerima sebagai komunikan (Pureklolon, 2018:1).

Beberapa definisi komunikasi menurut para ahli (Pureklolon, 2018:2), yaitu:

- 1) Komunikasi adalah proses seorang individu atau komunikator mengoperkan stimulan yang biasanya dilakukan dengan lambang-lambang bahasa (verbal maupun nonverbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain ( Carl I. Hovland )
- 2) Komunikasi suatu mekanisme hubungan antarmanusia yang dilakukan dengan mengartikan simbol secara lisan dan membacanya melalui ruang dan menyimpan dalam waktu (Charles H. Cooley )
- 3) Komunikasi adalah penyebaran informasi, ide-ide sebagai sikap atau emosi dari seseorang kepada orang lain terutama melalui simbol-simbol. ( Theodorson dan Theodorson )

Dari beberapa pendapat ahli dapat disampaikan komunikasi merupakan proses stimulan yang biasa dilakukan antarmanusia melalui simbol secara lisan

maupun penyebaran informasi dan ide-ide dengan menggunakan lambang bahasa verbal maupun nonverbal.

### 2.1.2 Jenis-jenis Komunikasi

Selanjutnya pada bagian ini dapat diuraikan pembahasan yang sangat penting terkait dengan komunikasi ataupun jenis-jenis komunikasi yang di jelaskan sebagai berikut:

#### 2.1.2.1 Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran merupakan sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi pemasaran mempresentasikan suara dan sarana dimana dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen. Terdapat dua unsur pokok komunikasi pemasaran yaitu:

- 1) Komunikasi proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau anatar organisasi dengan individu. Komunikasi sebagai proses penyampaiaan pesan, gagasan atau informasi pengirim melalui suartu media kepada penerima agar mampu memahami maksud pengirim.
- 2) Pemasaran sekumpulan kegiatan dimana perusaan atau organisasi lainnya menstransfer nilai-nilai tentang informasi produk, jasa dan ide antara mereka dengan pelanggannya.

### 2.1.2.2 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan bentuk pertukaran pesan antara unit-unit yang berada dalam suatu organisasi yang berhubungan dengan hirarkis antara satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. komunikasi organisasi melibatkan manusia sebagai subjek yang terlibat dalam proses penerima, menafsirkan dan bertindak atas informasi.

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual. Mengacu pada uraian di atas, terdapat beberapa fungsi dalam komunikasi, (Fory A. Naway, 2017:2) yaitu :

#### 1) Komunikasi Lisan dan Tertulis

Dasar penggolongan komunikasi kedalam lisan dan tertulis adalah dari jenis pesan yang akan disampaikan, bentuk ini banyak dilakukan karena dapat menimbulkan keakraban diantar keduanya. Dalam menentukan bentuk komunikasi apakah lisan atau tertulis kiranya perlu memperhatikan beberapa faktor misalnya waktu, biaya, ketrampilan berkomunikasi dan sebagainya.

## 2) Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Informasi tentang perasaan seseorang dapat dikemukakan secara lisan melalui apa yang diucapkan dan bagaimana cara atau sikap mengatakannya artinya dari suatu kata dapat diperjelas melalui nada suaranya, keras tidaknya suara yang diucapkan. Perasaan seseorang dapat dinyatakan melalui isyarat nonverbal misalnya dengan wajah, posisi duduk, gerakan badan dan sebagainya.

## 3) Komunikasi ke bawah, ke atas dan ke samping

- a. Pengertian komunikasi ke bawah yaitu komunikasi yang dilaksanakan oleh para atasan kepada bawahannya dalam suatu kantor. Komunikasi ini biasanya berfungsi sebagai penggerak, pengarahan, perintah dan umumnya menggunakan sarana memo, telfon, intercom atau alat lainnya.
- b. Pengertian komunikasi ke atas dalam suatu kantor biasanya kurang berfungsi, atau kurangnya seimbang bila dibandingkan dengan komunikasi ke bawah. Saluran yang sering dipergunakan dalam kantor-kantor adalah pertemuan tatap muka ataupun percakapan informal.
- c. Pengertian komunikasi ke samping akan terjadi dengan sendirinya bagi anggota yang bekerjasama dalam suatu tim, atau pada orang-orang mempunyai kedudukan yang sama atau seimbang.

### 2.1.2.3 Komunikasi Hubungan Masyarakat

Komunikasi hubungan masyarakat merupakan suatu upaya terpadu yang terencana dan berkesinambungan untuk menciptakan suasana saling pengertian antara suatu organisasi dengan publik masyarakat. Maka hubungan masyarakat adalah serangkaian aktivitas yang dikelola sebagai suatu rangkaian aktivitas kampanye atau program terpadu. Komunikasi hubungan masyarakat memiliki tugas dan fungsi yaitu:

#### 1) Tugas hubungan masyarakat

Tugas hubungan masyarakat adalah membina suatu relasional yang baik dengan berbagai pihak. Hubungan masyarakat merupakan fungsi yang melekat pada manajemen organisasi. Tujuannya membentuk prasangka yang baik, toleransi, kerjasama serta penghargaan.

#### 2) Fungsi manajemen hubungan masyarakat

Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang di planing dan di implementasikan secara terus menerus oleh organisasi, lembaga, dan pribadi serta dimaksimalkan untuk memperoleh dukungan publik.

### 2.1.3 Komunikasi Politik

Komunikasi Politik merupakan fungsi penting dalam sistem politik. Komunikasi politik dinyatakan sebagai “urat nadi” proses politik karena aneka struktur politik seperti parlemen, presidenan, partai politik, lembaga suwadaya, kelompok kepentingan, dan warga negara biasanya memperoleh informasi politik. Secara umum, komunikasi politik adalah suatu proses dan kegiatan-kegiatan yang

membentuk sikap dan perilaku politik yang terintegrasi kedalam suatu sistem politik dengan menggunakan simbol-simbol yang berarti (Pureklolon, 2018 : 161).

Definisi Komunikasi politik menurut para ahli, (Harun dalam Pureklolon 2018:3) yaitu:

- 1) Seorang pakar politik Rusadi Kantaprawira, seorang pakar hukum, memaparkan komunikasi politik adalah penghubungan pikiran politik yang hidup di dalam masyarakat, baik itu pikiran intern golongan, asosiasi, instansi, atau sektor kehidupan politik indonesia.
- 2) Astrid S. Soesanto, Mengatakan komunikasi politik sebagai komunikasi yang di arahkan pada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa sehingga pada masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama lembaga-lembaga politik.
- 3) Roelofs dan Barn Lund, Menggambarkan komunikasi politik adalah politik yang berbicara atau untuk menempatkan masalah ini, lebih tepatnya aktivitas politik (politisasi) berbicara.

Dari uraian para ahli dapat dijelaskan sebagai penghubung pikiran politik yang hidup di dalam masyarakat, yang di arahkan pada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa untuk berbicara atau untuk menempatkan masalah, lebih tepatnya dalam aktivitas politik.

#### 2.1.4 Strategi Komunikasi Politik

Dari segi etimologi, kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *stratagos* yang berarti militer atau pemimpin. Dalam konteks awalnya, strategi diartikan citra atau sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan peperangan. Tidak mengherankan jika pada awal perkembangannya, istilah strategi digunakan lebih populer di lingkungan militer. Komunikasi ini harus mampu menjelaskan oprasionalnya secara praktis, dalam arti kata bahwa pendekatannya bisa berbeda-beda. Tergantung pada situasi dan kondisi.

Dalam partai politik (parpol) ataupun organisasi politik sudah tentu mempunyai strategi politik yang akan dijalankannya dalam menghadapi proses demokrasi, yakni pemilihan pemimpin baik sebagai negara yang skala besar tetapi pada tingkat desa. Komunikasi politik yang merupakan salah satu fungsi dalam politik juga mempunyai strategi yang sangat berpengaruh terhadap hasil dari pesan-pesan politik yang disampaikan dalam masyarakat luas. Strategi komunikasi politik merupakan panduan dari startegi untuk mendapat tujuan politik yang kondusif sehingga butuh pendekatan yang efesien dalam proses politik tersebut.

Strategi Komunikasi politik harus disusun secara baik, sehingga taktik oprasionalnya komunikasi dapat segera disesuaikan dengan faktor-faktor yang berpengaruh. Untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif, seorang strategi komunikasi perlu memahami sifat-sifat komunikasi dan pesan, guna dapat menentukan jenis media yang akan diambil dan teknik komunikasi yang akan

ditetapkan. Strategi komunikasi diperlukan dalam pelaksanaan komunikasi politik seperti aktivitas kampanye politik partai dan calon legislatif dan calon walikota maupun calon gubernur. Di dalam rana perpolitikan straregi komunikasi tidak dapat terlepas dalam segala kegiatannya sehingga berjalan sesuai yang diharapkan oleh para pelaku komunikasi politik. (Effendi , 1993:32) berpendapat bahwa untuk mencapai tujuan strategi komunikasi politik, strategi tidak akan berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya.

Komunikasi politik di dunia perpolitikan adalah kunci agar partai politik berhasil memenangkan pemilu. Kampanye politik adalah salah satu bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang, atau secara berkelompok sebagai organisasi partai politik untuk menciptakan citra yang positif dalam pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah. Dan Nimmo dalam (Pureklolon, 2018:235).

Penggunaan strategi komunikasi politik dalam pemilihan kepala desa sangat wajar karena memenangkan sebuah pemilihan kepala desa diperlukan strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh calon kepala desa. Hal itu di tujukan pada masyarakat di wilayah masing-masing. Strategi komunikasi politik coba dilakukan untuk menarik simpati masyarakat agar memenangkan perolehan suara dalam pemilihan. Di dalam pemilihan kepala desa pun terdapat Tim Pemanangan yang berpartisipasi dalam pemilihan. Tugasnya yaitu strategi komunikasi politik untuk membantu proses pencalonan sampai pemilihan. Beberapa unsur strategi komunikasi politik menurut (Pureklolon, 2018:235) diantaranya :

## 1) Retorika

Retorika adalah ilmu bicara atau seni berbicara yang digunakan individu dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat luas untuk mempengaruhi orang banyak. Retorika pada dasarnya memanfaatkan kode agar dapat mengidentifikasi pembicara dengan pendengar melalui pidatonya atau isinya (Pureklolon, 2018:235).

Menurut Aristoteles terdapat tiga jenis retorika, yaitu

- 1) Retorika deliberatif : Dirancang untuk memengaruhi masyarakat dalam kebijakan pemerintah yang fokus kepada keuntungan atau kerugian jika sebuah kebijakan diputuskan atau dilaksanakan.
- 2) Retorika forensik : berkaitan dengan keputusan pengadilan
- 3) Retorika demonstratif : mengembangkan wacana yang dapat memuji atau menghujat.

Selain itu juga Aristoteles memaparkan tujuan dari retorika adalah membenarkan ( *corrective* ), memerintah ( *instructive* ), mendorong ( *suggestive* ), dan mempertahankan ( *diversive* ) suatu hal demikian.

## 2) Propaganda

Propaganda dipahami sebagai suatu usaha individu atau kelompok yang berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok individu lainnya dengan menggunakan strategi sendiri (Pureklolon, 2018:236). Dalam propaganda politik setiap individu melakukan cara terbaik untuk mengontrol setiap individu sesuai dengan kepentingannya masing-masing. Publik relations merupakan kegiatan

politik untuk membangun hubungan yang erat pada sesama kaum politik. Di dalam komunikasi politik, biasanya politikus atau kader dari partai politik memiliki kemampuan untuk memberikan sugesti dari masyarakat. Menurut W. Dobb, (Pureklolon, 2018:235) propaganda dipahami sebagai suatu usaha individu atau kelompok yang berkepentingan untuk mengontrol sikap sekelompok individu atau kelompok individu lainnya dengan menggunakan sugesti. Menurut Roger Brown, propaganda merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk menggantungkan sumbernya, tetapi tidak menguntungkan penerimanya.

### 3) Kampanye

Kampanye adalah suatu proses penyampaian pesan kepada publik untuk memperoleh suara terbanyak dan memperkuat dukungan politik dari masyarakat. Ada beberapa jenis kampanye politik di antaranya sebagai berikut:

- a. kampanye interpersonal adalah kampanye yang dilakukan terhadap diri sendiri atau lebih kepada sikap pribadi. Hal-hal yang biasanya dilakukan oleh para kandidat berupa ( istrinya, kerabat, dan juru bicara utama) dalam setting yang informal. Banyak kandidat yang bangun dini hari agar tiba jam 5 :00 atau 6 : 00 pagi ketika terjadi pergantian giliran kerja disuatu pabrik agar dapat berjabat tangan dengan karyawan masuk atau pulang. Bentuk kampanye interpersonal yang biasa dilakukan adalah “ kampanye melalui kantor pendapat. Para kandidat membina iktikad baik dengan tokoh-tokoh lokal, negara bagian dan mempunyai nama nasional.

- b. Kampanye organisasi. Kampanye organisasi yang dilakukan adalah “mengarah anggota, dan memberikan tekanan kepada calon pejabat : serikat buruh, asosiasi perusahaan, kelompok agrikultur, organisasi hak sipil, lobby konsumen, pencinta lingkungan, dan lain lain. Hal tersebut semuanya dilakukan agar dukungan suara mengarah kepada kandidat yang berkompetensi dalam pemilu.

#### 4) Strategi komunikasi media massa

Strategi komunikasi media massa menjelaskan kesan politik untuk mendapatkan pengaruh, kekuatan otoritas, serta membentuk opini publik yang lebih luas atau yang tidak bisa terjangkau oleh bentuk komunikasi yang menyebarkan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat.

## **2.2 Pemilihan Umum**

### 2.2.1 Pengertian Pemilihan Umum

Pemilihan umum (Pemilu) adalah proses memilih seseorang untuk mengisi jabatan politik tertentu jabatan tersebut beraneka-ragam mulai dari jabatan Presiden, Legislatif diberbagai tingkat pemerintahan, sampai kepala desa. Pemilihan merupakan salah-satu usaha untuk memengaruhi rakyat secara persuasif (tidak memaksa) dengan melakukan kegiatan retorika, hubungan publik, komunikasi massa, kampanye politik dan lain-lain kegiatan. Meskipun propaganda di negara demokrasi sangat dikecam, namun dalam kampanye pemilihan umum, teknik propaganda banyak juga dipakai oleh kandidat atau politikus selaku

komunikasi komunikator politik. Menurut (Ali Moertopo 1999:10) pengertian pemilu sebagai berikut: “pada hakikatnya, pemilu adalah sarana yang tersedia bagi rakyat untuk menjalankan kedaulatannya sesuai dengan asas yang bermaksud dalam pembukaan UUD 1945. Pemilu itu sendiri pada dasarnya adalah suatu lembaga demokrasi yang memilih anggota-anggota perwakilan rakyat dalam MPR, DPR, DPRD, yang pada gilirannya bertugas untuk bersama-sama dengan pemerintah, menetapkan politik dan jalanya pemerintahan negara”.

Dalam pelaksanaan pemilihan umum asas-asas yang digunakan di antaranya sebagai berikut:

1) Langsung

Langsung, yaitu masyarakat sebagai pemilih memiliki hak untuk memilih secara langsung dalam pemilihan umum sesuai dengan keinginan diri sendiri tanpa ada perantara.

2) Umum

Umum, yaitu pemilihan umum berlaku untuk seluruh warga negara yang memenuhi persyaratan, tanpa membedakan agama, suku, ras, jenis kelamin, golongan, pekerjaan, kedaerahan, dan status sosial yang lain.

3) Bebas

Bebas, yaitu seluruh warga negara yang memenuhi persyaratan sebagai pemilihan umum, bebas menentukan siapa saja yang akan dipilih untuk membawa aspirasinya tanpa ada tekanan dan paksaan dari siapapun.

4) Rahasias

Rahasia, yaitu dalam menentukan pilihannya, pemilih dijamin kerahasiaan pilihannya.

5) Jujur

Jujur, yaitu semua pihak yang terkait dengan pemilu harus bertindak dan juga bersikap jujur sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

6) Adil

Adil, yaitu dalam pelaksanaan pemilu, setiap pemilih dan peserta pemilihan umum mendapat perlakuan yang sama, serta bebas dari kecurangan manapun.

### 2.2.2 Jenis-jenis Pemilih dalam Pemilu

Menurut UU No. 7 Pasal 348-350 Tahun 2017. Pemilih adalah Warga Negara Indonesia yang sudah genap usia 17 tahun atau lebih, baik yang sudah kawin atau belum dan pernah kawin. Dalam pemilu, pemilih dibedakan dalam tiga kategori pemilih, yaitu:

1) Pemilih tetap

Pemilih yang sudah terdata di KPU dan terdata di DPT. pemilih kategori ini sudah dicoklit dan mutakhirkan oleh KPU dengan tanda bukti memiliki undangan memilih atau C6.

## 2) Pemilih Tambahan

Kategori pemilih yang pindah memilih ke-TPS dari TPS sudah ditentukan. Menurut UU No. 7 Pasal 210 Tahun 2017. Pemilih tambahan wajib melapor paling lambat 30 hari sebelum pemungutan. Pada saat pemungutan suara pemilih tambahan membawa surat pindah memilih (A5). KTP dan surat identitas lain (KK, PASPORT atau SIM).

## 3) Pemilih Khusus

Kategori pemilih yang tidak terdaftar di DPT dan DPTB. Pemilihan khusus dapat ikut memilih dengan membawa KTP atau identitas lain ke-TPS. Kelompok penyelenggaraan pemungutan suara akan memberikan hak suara dengan pertimbangan ketersediaan surat suara di TPS.

### 2.2.3 Pemilihan Presiden

Sebagaimana diketahui, Indonesia adalah salah satu negara yang menganut demokrasi sebagai sistem pemerintahannya. Jika merujuk pada sejarah-sejarah besar yang berjaya dengan konsep demokrasi serta pendahulu bangsa yang mengagas sistem pemerintahan, maka sistem pemerintahan demokrasi ini diyakini dengan karakter bangsa Indonesia yang toleran.

Berdasarkan ketentuan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 (UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945) pasal 1 ayat (1); *“Indonesia merupakan negara kesatuan yang berbentuk republik”* sebagai negara republik, maka kekuasaan pemerintah di Indonesia di pimpin oleh seorang presiden. Hal ini diatur dalam UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pasal 4 ayat

(1), karena presiden republik indonesia memegang kekuasaan pemerintahan menurut undang-undang dasar.

Adapun mekanisme pemilihan presiden sebagai pejabat eksekutif diatur secara lebih rinci dalam pasal 6A UUD 1945. Yang dijabarkan lima ayat sebagai berikut:

- 1) Presiden dan wakil presiden di pilih dalam satu pasangan secara langsung oleh rakyat.
- 2) Pasangan calon presiden dan wakil presiden di usulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik peserta pemilihan umum sebelum pelaksanaan pemilihan umum.
- 3) Pasangan calon presiden dan wakil presiden yang mendapatkan suara lebih dari lima puluh persen dari jumlah suara dalam pemilihan umum dengan sedikitnya dua puluh persen suara disetiap provinsi yang tersebar lebih di setengah jumlah provinsi di indonesia, dilantik menjadi presiden dan wakil presiden.
- 4) Hal ini ada pasangan calon presiden dan wakil presiden terpilih, dua pasangan calon yang memperoleh suara terbanyak pertama dan kedua dalam pemilihan umum di pilih oleh rakyat secara langsung dan pasangan yang memperoleh suara rakyat terbanyak dilantik sebagai presiden dan wakil presiden.
- 5) Tata cara pelaksanaan pemilihan calon presiden dan wakil presiden lebih lanjut diatur dalam undang-undang (UUD 1945).

#### 2.2.4 Pemilihan Kepala Daerah

Pemilukada menurut peraturan Pemerintah Nomor 6 tahun 2005 tentang pemilihan, pengesahan pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah Provinsi dan kabupaten/kota berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 untuk memilih Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang pemerintahan Daerah. Pada pasal 62 dinyatakan pada ketentuan mengenai pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah diatur dengan Undang-Undang. Undang-Undang Dasar 1945, memang tidak menyebutkan mengenai Pemilukada. Pada pasal 22 E ayat (2) yang berbunyi "pemilihan umum diselenggarakan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden dan Dewan perwakilan Daerah.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Pasal 56 ayat (1) dinyatakan bahwa Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah di pilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pasangan calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Pada pemilihan kepala daerah terdapat dua bagian pemilihan yaitu :

##### 1. Provinsi

Pemilihan kepala daerah tingkat provinsi adalah pemilihan yang dilakukan secara langsung oleh penduduk daerah administratif setempat yang telah memenuhi persyaratan. Pemilihan kapala daerah dengan tujuan untuk menentukan

pemimpin atau kandidat yang di pilih melalui pemilihan gubernur. Yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 27 tahun 2007 tentang penyelenggara pemilihan kepala daerah.

## 2. Kabupaten

Pemilihan daerah tingkat kabupaten adalah bagian wilayah administratif di Indonesia setelah provinsi, yang dipimpin oleh seorang bupati. Yang diatur dalam Undang-Undang nomor 15 tahun 2011. Undang-Undang ini yang digunakan dalam pemilihan kepala daerah tingkat Kabupaten.

### 2.2.5 Pemilihan Kepala Desa

Pemilihan kepala desa merupakan aktivitas pemilihan politik untuk menunjukkan proses demokrasi yang terjadi di desa. Pemilihan tingkat desa merupakan ajang kompetisi politik yang menggenah kalau dimanfaatkan oleh masyarakat untuk pembelajaran politik. Pada momen ini, masyarakat yang menentukan siapa pemimpin desanya selama enam tahun kedepan. Pemilihan kepala desa lebih spesifik dari pada pemilihan-pemilihan umum di atasnya. Kedekatan dan keterkaitan secara langsung antara pemilih dan para calon. Politik sering kali terasa daripada saat pemilihan-pemilihan umum yang lain.

Pemilihan kepala desa merupakan proses kegiatan politik untuk memperkuat partisipasi masyarakat, Hal itu diharapkan akan terjadi perubahan yang signifikan di tingkat pedesaan. Dalam pemilihan pemimpin desa yang harus diutamakan kapabilitas calon-calon pemimpin. Suatu desa tidak hanya dipimpin oleh pemimpin yang bermodalkan kefiguritan namun cacat secara intelektual,

moral dan sosial. Pemimpin yang dibutuhkan oleh masyarakat sekarang yakni seseorang memiliki akseptabilitas namun ditunjang oleh moral yang baik, memiliki kemampuan yang cukup dalam memimpin dan membimbing masyarakatnya. Juga memiliki kemampuan melaksanakan tugas-tugas administratif perpolitikan, serta memiliki wawasan luas dan pandangan luas terhadap perbaikan masyarakat.

### **2.3 Tim pemenangan**

Tim pemenangan merupakan kelompok orang yang bertugas untuk memperjuangkan calon yang diusungnya agar berhasil meraih kemenangan dalam pemilihan. Tim pemenangan direkrut dari tenaga-tenaga potensial sesuai tugas dan fungsinya. Sebuah kegiatan pemasaran politik sedapat mungkin diawali dengan kegiatan pembentukan tim kerja disebut "tim pemenangan" (Ridwan 2015:58) sebuah tim pemenangan terdiri dari:

#### 1) Penasehat

Penasehat berfungsi memberikan masukan dalam melakukan strategi dan langkah-langkah yang perlu di ambil oleh organisasi atau kandidat dalam mencapai tujuan.

#### 2) Tim ahli

Tim ahli merupakan kelompok yang diangkat menurut bidangnya. Tugas tim ahli adalah menyusun program yang dibawakan oleh kandidat dan *memback-up* kandidat jika ada pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut bidang keahliannya.

3) Tim riset

Tim riset merupakan kelompok para peneliti yang bertugas untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan organisasi, partai atau kandidat. Misalnya pendapat masyarakat tentang kapabilitas kandidat.

4) Tim kampanye

Tim kampanye merupakan mereka yang merencanakan dan menggerakkan kampanye untuk memasarkan calon yang diajukan organisasi atau partai. Untuk menggerakkan kampanye perlunya ditunjuk seseorang manajer kampanye yang memiliki keahlian dibidang perencanaan dan strategi komunikasi. Atau yang memiliki dalam bidang politik, tetapi memiliki pengalaman dan hubungan yang baik dengan sosial.

5) Tim penggalang massa

Tim penggalang massa merupakan orang-orang yang direkrut untuk menggalang massa, untuk kepentingan mengumpulkan suara maupun menunjukkan kekuatan kandidat kepada masyarakat atau calon pemilih.

6) Tim pengamat

Tim pengamat dibentuk untuk mengamati dan mengawasi tindak-tanduk lawan politik yang membahayakan citra kandidat. Tim pengamat menyampaikan informasi ke pimpinan kandidat atau organisasi untuk segera di ambil tindakan dalam mengatasi hal tersebut.

#### 7) Tim pengumpulan suara

Tim pengumpulan suara mereka terdiri dari orang-orang yang direkrut karena berpengaruh besar dalam masyarakat.,mereka biasanya memiliki pengaruh dan kedudukan sosial.

Tim pemenangan merupakan pemegang tanggung jawab dan penggerak ketika pemilihan umum. Tugas tim pemenangan membantu dalam melaksanakan kegiatan yang berhubungan langsung dengan upaya pemenangan, seperti penyediaan sarana kampanye, sosialisasi, pertemuan/rapat dan koordinasi antar tim, misalnya baliho, spanduk, pamflet, brosur, dan sejenisnya.

Tujuan tim pemenangan pemilihan adalah memenangkan kandidat yang diusungnya dan bertugas mensosialisasikan visi, misi, serta program dijalankan oleh calon kandidat. Untuk mencapai tujuan tersebut, tim pemenangan melakukan kampanye politik berupa kampanye massa yang meliputi kampanye tatap muka dengan melalui media cetak dan elektronik, orasi dan mengerahkan masa.

Menurut (Arnold Stenberg dalam Alfabet, 2012:473) kampanye politik adalah cara yang digunakan warga negara dalam demokrasi untuk menentukan siapa yang akan memerintah mereka. Kampanye politik adalah suatu usaha yang terkelola, terorganisir untuk mengikhtiarkan orang yang dicalonkan, dipilih, atau dipilih kembali dalam suatu jabatan resmi. Tujuan kampanye politik yang dilakukan tim pemenangan untuk pembentukan citra politik. Hal itu partai politik harus menjalin hubungan internal dan eksternal. Fungsi tim pemenangan

menyampaikan komunikasi politik kepada masyarakat agar tertarik memilih kandidat yang di calonkan serta merasa yakin untuk memilih kandidat tersebut.

#### **2.4 Kerangka Pikir**

Strategi komunikasi politik adalah bentuk perencanaan atau cara manajemen untuk memperoleh tujuan tertentu. Sebuah strategi komunikasi dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana khalayak yang akan dilaksanakan, dan bagaimana khalayak yang lebih besar dapat dijangkau secara efektif. Khususnya di Desa Tabilaa yang mempunyai cara atau strategi komunikasi politik untuk mendapat apa yang menjadi keinginan calon pemimpin (kepala desa).

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti dapat menyimpulkan kerangka fikir dalam bentuk struktur sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menganalisis strategi komunikasi politik Tim pemenangan RIDHO dalam pemilihan kepala desa Tabilaa periode 2021-2027. Dengan kata lain, objek dalam penelitian ini dilakukan menjalankan strategi komunikasi politik.

#### **3.2 Lokasi dan waktu penelitian**

Untuk lokasi penelitian desa Tabilaa Bolaang Mongondow Selatan. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang lebih dari 2 bulan, yaitu dari bulan Juni-Juli.

#### **3.3 Metode penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2013: 2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Menurut (Darmadi, 2013:153), metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Dapat dijelaskan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Penelitian tersebut menggunakan pendekatan-pendekatan penelitian kualitatif komunikasi, dimana penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan kinerja tim pemenang RIDHO dalam pemilihan kepala desa Tabilaa periode 2021-2027.

### **3.4 Sumber data**

Sumber data yang dimaksud penelitian adalah subjek darimana data tersebut diperoleh dan memiliki informasi kejelasan tentang bagaimana pengambilan data dan bagaimana data tersebut diolah. Pengertian data menurut (Suharsimi Arikunto, 2013: 172) adalah: sumber data yang dimaksud dalam penelitian merupakan subjek darimana data diperoleh. Sedangkan menurut Indrianto dan (Nur, Indriantoro Bambang Supomo, 2013:142), adalah: sumber data merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan.

Penulis menjabarkan sumber data merupakan faktor yang paling penting dalam menentukan metode pengumpulan data untuk mengetahui darimana subjek data tersebut diperoleh. Sumber data terdiri dari pandangan (Nur, Indriantoro Bambang Supomo, 2013: 142).

#### **1) Data primer:**

Data yang diperoleh dari lokasi penelitian melalui wawancara, hal ini berupa informasi yang diambil langsung dari pihak tim pemenang RIDHO di desa Tabilaa, yang menjadi objek penelitian.

## 2) Data sekunder:

Data yang diolah menjadi hasil dokumentasi yang dilakukan penulis berdasarkan wawancara dengan informan. Untuk studi dokumentasi dan pengamatan di lapangan digunakan untuk menunjang data primer yang berhubungan dengan penelitian.

### **3.5 Informan penelitian**

Berdasarkan penjelasan di atas, jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap informan. Dengan melakukan penelitian berdasarkan kategori tertentu, dalam penelitian ini penulis memiliki kriteria atau syarat tentang pemilihan informan. Adapun informan penelitian yang ditetapkan pada penelitian ini adalah:

- 1) Calon Kepala Desa Tabilaa (1 orang)
- 2) Tim Pemenangan (4 orang)

### **3.6 Fokus Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada strategi komunikasi politik dalam pemenangan RIDHO pemilihan kepala desa Tabilaa periode 2021-2027.

### **3.7 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data melalui wawancara, dan observasi. Menurut (Suharsimi Arikunto, 2008 : 134 ) instrumen pengumpulan data sebagai alat bantu yang di pilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan tersebut

menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Sedangkan menurut (Sumadi Suryabrata, 2008: 52 ) sebagai alat yang digunakan untuk merekam pada umumnya secara kuantitatif keadaan dan aktivitas atribut-atribut psikologis.

Untuk memperoleh data yang diperlukan penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

### 3.7.1 Wawancara

Wawancara merupakan sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara, (Suharsimi Arikunto, 2013:144). Dalam hal ini, peneliti akan membuat pedoman wawancara terlebih dahulu sebelum turun ke lapangan sehingga wawancara yang akan terjadi secara terstruktur.

### 3.7.2 Observasi

Observasi merupakan cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut (Nasir:212). Dengan kata lain, penulis akan langsung turun ke lokasi penelitian suatu data yang menjadi sumber penelitian. Hal ini dapat dilakukan berbagai cara dan berbagai sumber.

## **3.8 Teknik Analisis Data**

Menurut (Sugiyono, 2017: 91) analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data selesai dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diberikan oleh informan. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis belum memuaskan, maka peneliti akan

melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel. (Milles dan Hubermas dalam Sugiyono, 2017: 91) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

#### 1) Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah mencari, mencatat, dan mengumpulkan semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan yaitu pencatatan data dan berbagai bentuk data yang ada di lapangan.

#### 2) Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemulihan, pemusatan perhatian kepada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi dari data kasar yang muncul pada catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menerjemahkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan sedemikian rupa sehingga bisa ditarik kesimpulan terakhir.

#### 3) Penyajian Data

Penyajian data ini dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penyajian data cenderung kognitif manusia adalah

menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan yang mudah dipahami. Penyajian dilakukan dengan menyusun matriks, grafik atau bagian untuk menggabungkan informasi sehingga mencapai analisis yang valid.

#### 4) Penarikan Kesimpulan

Pada penarikan kesimpulan, peneliti dari awal mengumpulkan data dan mencari data yang dikumpulkan, setelah data disajikan, peneliti dapat memberikan makna, tafsiran argumen membandingkan data dan mencari hubungan antara satu komponen dengan komponen lain.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Desa Tabilaa adalah salah satu desa yang ada di Kecamatan Bolaang-Uki, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Desa Tabilaa didirikan pada tahun 1940 yang sampai sekarang sudah berusia 80 tahun. Nama Desa Tabilaa berasal dari bahasa setempat yang terdiri dari kata “tabi” dan “laa” dimana sesuai pengertiannya “tabi” berarti sayang dan “laa” berarti sangat dan jika disatukan bisa diartikan kasih sayang, dari sejak pemerintahaan kerajaan hingga saat ini desa Tabilaa sudah dipimpin oleh 16 orang, pada masa kerajaan dipimpin oleh Usman Van Gobel dan untuk tahunnya belum diketahui persis. Selanjutnya di jabat oleh A.Yusuf kemudian D. Van Gobel, Hj. N.Pidu, I. Satingi. dan pada masa kemerdekaan di jabat oleh A.D.Nento, seterusnya pada masa pergolakan di jabat oleh Muhasana Amiri, setelahnya di jabat oleh R. Dj. Pakaya 1968-1974, A.I.Satingi 1974-1986, Mansur Amiri 1974-1992, Sudirman Pakaya 1992-1997, Raden A.Nento 1997-2005, Umarudin Moha (Plh) 2005-2011, Budras Pakaya (Plh) 2011-2014, Lilis Sukreni Lawadjo (Plh) 2014, Erwin Ali 2014-2019, Muslim Van Gobel (Plh) 2020 dan Ridwan Moha 2021-sekarang.

Desa Tabilaa juga merupakan salah satu dari 28 desa yang ada di ujung timur wilayah Kecamatan Bolaang-Uki, yang sebelah utara berbatasan langsung dengan hutan rakyat, sebelah selatan berbatasan dengan laut Maluku, sebelah barat berbatasan dengan linawan dan sebelah timur berbatasan dengan desa Tolondadu/Tolandadu II.

Berdasarkan data administrasi pemerintah desa, jumlah penduduk yang terdaftar secara administrasi berjumlah 1086 jiwa.

**Tabel 1**

**Tabel Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.**

No.	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	596	<b>54,88%</b>
2.	Perempuan	490	<b>45,12%</b>
	<b>Jumlah</b>	<b>1086</b>	<b>100%</b>

Sumber data : *Profil Desa Tabilaa*

Secara umum mata pencaharian masyarakat desa Tabilaa, dapat teridentifikasi ke dalam beberapa bidang mata pencaharian, seperti : petani, buruh tani, PNS, karyawan swasta, pedagang, wiraswasta, pensiunan, buruh bangunan/tukang dan peternak.

**Tabel 2**

**Tabel jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian atau pekerjaan.**

No.	Jenis mata pencaharian/pekerjaan	Jumlah	Persentase dari total jumlah penduduk
1.	Petani	163	26%
2.	Buruh tani	93	15%
3.	PNS	15	2%
4.	Penjahit	3	0,50%
5.	Pedagang	14	2,31%
6.	Montir/mekanik	1	0,16%
7.	Guru swasta	3	0,49%

8.	Sopir	5	0,82%
9.	Nelayan	36	6%
10.	TNI/POLRI	2	0,33%
11.	Tukang kayu	14	2,31%
12.	Lain-lain/tidak tetap	256	42,31%
	<b>Jumlah</b>	<b>605</b>	<b>100%</b>

Sumber : *Profil Desa Tabilaa*

#### 4.2 Hasil Penelitian

RM merupakan salah satu calon Sangadi di desa Tabilaa dalam pemilihan Sangadi pada tahun 2021. Pada proses perpolitikan RM membentuk tim pemenangan dalam pencalonannya sebagai Sangadi di desa Tabilaa dengan nama tim RIDHO sebagai singkat RM. RM membentuk tim RIDHO yang diketuai secara langsung dan empat anggota tim pemenangan di setiap dusun.

RM dikenal oleh masyarakat sebagai salah satu tokoh masyarakat di Desa Tabilaa. Sebelumnya RM hanya menjabat sebagai anggota Badan Permusyawaratan Desa di Desa Tabilaa dan memutuskan mencalonkan diri pada tahun 2021 sebagai Sangadi di Desa Tabilaa. RM dikenal sebagai sosok yang sosial terhadap masyarakat desa Tabilaa beliau sering menyapa masyarakat dan sering membantu masyarakat di Desa Tabilaa.

Hal ini yang membuat masyarakat sebagian besar memilihnya sebagai Sangadi di Desa Tabilaa dalam periode 2021-2027. Adapun hasil perolehan suara yang didapatkan oleh RM 306 dari jumlah pemilih tetap 610.

Berdasarkan hasil perolehan suara kemenangan RM mencapai 50, 1% dan akhirnya RM terpilih sebagai Sangadi di Desa Tabilaa pada tahun 2021. Hal ini

tentu tidak lepas dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh tim pemenangan RIDHO yang dibentuk. Karena, pada dasarnya dalam setiap pertarungan politik membutuhkan strategi komunikasi yang mumpuni. Adapun beberapa strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh tim pemenangan RIDHO sebagai berikut:

#### **4.2.1 Retorika**

Retorika merupakan salah satu cara yang dilakukan dalam strategi komunikasi politik pada pemenangan RIDHO.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sangadi desa Tabilaa (RM) menyampaikan bahwa:

“Saya secara pribadi sebagai calon sendiri tentu menyampaikan secara langsung terhadap visi-misi dalam membangun desa Tabilaa lebih baik lagi, karena saya memahami kondisi desa Tabilaa sendiri masih butuh perkembangan yang signifikan terutama meningkatkan kesejahteraan rakyat”(wawancara 26 Juni 2021)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka RM memiliki *retorika deliberatif* dimana RM berkomunikasi menyampaikan pesan dengan memberikan pengaruh melalui ide gagasan membangun. Hal ini selaras dengan apa yang disampaikan melalui retorika deliberatif merupakan salah satu cara dengan dirancang untuk memengaruhi masyarakat dalam kebijakan pemerintah yang fokus kepada keuntungan atau kerugian jika sebuah kebijakan diputuskan atau dilaksanakan.

Hal senada juga disampaikan oleh Ketua Tim Pemenangan RIDHO (RR):

“Saya selaku Tim Pemenangan RIDHO di dusun satu ba kase sampe sama masyarakat RM punya sosok. Dengan begitu, RM depe citra terangkat”. Karena pada dasarnya retorika yang torang samapaikan akan masyarakat mengerti. (wawancara 26 Juni 2021)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka penyampaian sosok RM juga dilakukan oleh tim pemenangan RIDHO, dengan begitu citra RM terangkat.

Hasil wawancara bersama tim Pemenangan RIDHO lainnya (OM), mengatakan bahwa:

“RM bacirita visi-misi pa masyarakat dengan nada yang keras dan tegas. Kalau RM macam orang marah-marrah, tapi tida marah. So itu yang beken masyarakat segan sama dia”. (wawancara 26 Juni 2021)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat dianalisis RM memiliki gaya retorika seperti Soekarno dalam menyampaikan visi-misi dengan suara keras dan tegas. Hal ini juga dibenarkan oleh tim Pemangan RIDHO (FM), dalam hasil wawancara mengatakan:

RM pe suara kalau bacirita beken tako pe keras kong pe tegas, sampai-sampai masyarakat ta haga-haga. Belum lagi RM pe tangan kalau so di atas ba tunjung langit, sodisitu trang macam ta hipnotis”. (wawancara 26 Juni 2021)

Selain itu, komunikasi politik yang dilakukan oleh tim pemenangan RIDHO jika dalam observasi secara langsung yang dilakukan, sekali-kali peneliti mendengar secara langsung pada pemilihan kemarin salah satu tim RIDHO membandingkan sosok RM dengan calon lainnya dengan disampaikan kepada masyarakat keburukan salah satu calon.

Dalam hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu tim pemenangan RIDHO (UN), menyampaikan bahwa:

“RM sosok yang tegas dalam berbicara, RM memiliki intonasi bahasa yang menekan. Sehingga, masyarakat kurang ta iyo-iyo ba lia RM bacirita baik di forum formal maupun non-formal”. (wawancara 26 Juni 2021)

Intonasi bahasa dalam retorica akan memengaruhi audiens dalam mendengar, hal ini sebagai salah satu unsur dasar retorika yaitu *pathos* yang memiliki makna mimik dan *intonasi*.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat dianalisis bahwa tim pemenangan RM melakukan strategi komunikasi politik mengenai retorika dengan cara monologika dan dialogika, dimana RIDHO menyampaikan secara langsung dan mengenai gagasan visi-misi membangun desa Tabilaa. Kemudian, tim pemenangan RIDHO juga berdiskusi dengan masyarakat mengenai masalah yang dihadapi, dengan demikian komunikasi dialogika dilakukan oleh tim pemenangan RIDHO. Selain itu, tim RIDHO menggunakan dua jenis Retorika yaitu: 1) *retorika deliberatif* penyampaian gagasan visi-misi dalam membangun desa Tabilaa. 2) *Retorika demonstratif* para anggota tim pemenangan RIDHO melakukan komunikasi pada masyarakat dengan memuji sosok RM dan sedikit membandingkan masalah keburukan dengan sosok calon lain. Selain itu, RM memiliki gaya retorika yang keras dan tegas, maka RM jika dilihat sama halnya dengan gaya retorika soekorno. Dalam ilmu retorika salah satu strategi komunikasi politik yang mampu memberikan pengaruh terhadap pencapaian sebuah tujuan. Retorika yang baik dalam menyampaikan sebuah pesan akan mudah dipahami dan dimengerti oleh audiens. Hal ini dibuktikan dengan kemenangan RIDHO sebagai sangadi di Desa Tabilaa.

#### 4.2.2 Propaganda

Propaganda merupakan salah satu teknik yang dilakukan dalam pemenangan tim RIDHHO di desa Tabilaa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sangadi desa Tabilaa (RM) menyampaikan bahwa:

“Cukup saya sampaikan sama tim mari sama-sama torang bekerja keras, kalau memang tahun ini torang mo suka menang. Karena, tidak ada kemenangan tanpa perjuangan. Manjo semangat-semangat torang pasti menang” (wawancara 27 Juni 2021)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka RIDHO melakukan sugesti kepada tim pemenangnya pada target dan sasaran bergerak yaitu kemenangan.

Dalam hasil wawancara bersama tim pemenangan RIDHO (RR) lainnya mengatakan, bahwa:

“Torang harus sama-sama terus, kalau nyanda desa Tabilaa bagini terus. Persatuan dalam tim yang harus torang jaga, jangan sampai torang terpengaruh dengan orang pe bicara yang memengaruhi torang ta pecah belah.”. (wawancara 27 Juni 2021)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka penyampaian kalimat di atas dilakukan dengan bahasa yang singkat, namun memiliki makna tersirat yang besar.

Hasil wawancara bersama tim Pemenangan RIDHO lainnya (OM), mengatakan bahwa:

“saya cukup bilang pa masyarakat ini desa Tabilaa butuh perubahan, jangan bagini terus-terus. Torang butuh sosok pemimpin yang adil. Dan sosok yang saya lihat secara pribadi, bahwa RM adalah sosok yang pantas bapimpin desa Tabilaa dengan keadilan”. (wawancara 27 Juni 2021)

Hal ini juga dibenarkan oleh tim Pemenangan RIDHO (FM), dalam hasil wawancara mengatakan:

“Desa ini so lama ada lahir, mar sampai sekarang belum berubah-ubah masih sama seperti dulu. Makanya, ganti pemimpin, biar ini desa yang torang saya ada perubahan, jangan sampai kurang dp umur yang tua mar depe prestasi mundur”. (wawancara 27 Juni 2021)

Lebih lanjut dalam hasil wawancara yang dilakuakn dengan salah satu tim pemenangan RIDHO lainnya (UN) mengatakan bahwa:

“Manjo torang pilih pemimpin baru, harapan baru untuk torang masyarakat Tabilaa. Jangan cuman dorang terus yang pimpin kong desa nda pernah maju. Apakah ngonni masyarakat mau ini desa bagini terus? Tentu, saya saja suka ini desa banyak perubahan terutama kesejahteraan masyarakat meningkat”. (wawancara 27 Juni 2021)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, jika dianalisis ada beberapa teknik propaganda yang dilakukan baik kepada tim pemenangan RIDHO dan kepada masyarakat desa Tabilaa. Pada anggota tim RIDHO, RM menyampaikan suatu kalimat yang menggairahkan semangat para tim dalam meraih kemeangan pada pertarungan pemilihan sangadi di Desa Tabilaa. Sedangkan, pada masyarakat para anggota tim menyampaikan hal yang sama dengan kalimat yang berbeda terkait dengan kondisi dan lingkungan desa Tabilaa dari tahun ke tahun. Hal ini mengisyaratkan kegagalan pemimpin sebelumnya.

#### **4.2.3 Kampanye**

Pada setiap pertarungan politik kampanye merupakan strategi komunikasi yang sering dipakai, dimana setiap paslon menyampaikan secara terbuka melalui ruang publik yang disediakan panitia PILKADES. Dalam penyusunan konsep gagasan yang disampaikan melalui kampanye tim pemenangan RIDHO menyusun

konsep Visi-Misi yang sudah disusun secara sistematis dan disampaikan pada masyarakat secara terbuka.

Perencanaan strategi komunikasi dalam kampanye politik Tim Pemenangan RIDHO pada calon Sangadi di Desa Tabilaa berdasarkan hasil wawancara bersama Ketua Tim Pemenangan (RM) mengatakan bahwa:

“Sebelum kampanye terbuka kami melakukan persiapan perencanaan dengan siapa yang menyampaikan dan apa yang ingin saya sampaikan. Kami memiliki tim di lapangan atas dua kelompok yaitu bertugas melakukan komunikasi politik dalam tim, dan juga berkampanye di ruang publik yaitu pada masyarakat desa Tabilaa, tetapi target yang sama yaitu kemenangan”. (wawancara 28 Juni 2021)

Pembentukan tim kampanye sangat berpengaruh pada kerja kampanye yang dilakukan, karena tim kampanye harus dipersiapkan dengan matang agar target yang dicapai atas narasi kampanye dapat diterima oleh audiens dan memiliki hasil yang memuaskan.

Lebih lanjut dalam hasil wawancara dengan tim pemenangan RIDHO lainnya, (OM) mengatakan bahwa:

“Torang cukup mempersiapkan visi-misi RM pa masyarakat. Torang mulai kampanye tiga bulan sebelum pemilihan bahkan sebelum pendaftaran”. Bahasa kampanye yg torang sampaikan, mari jo sama-sama mo dorong pemimpin baru untuk desa Tabilaa”. (wawancara 28 Juni 2021)

Menyampaikan visi-misi ialah salah satu hal yang harus disampaikan dalam kampanye, karena pada prinsipnya setiap masyarakat menginginkan sesuatu yang baik. Selain itu, konsep penyampaian visi misi harus dikonsepsikan berdasarkan sesuatu yang dibutuhkan masyarakat mengenai permasalahan kondisi soail yang terjadi di lokasi pertarungan.

Pada hasil wawancara bersama tim pemenangan RIDHO lainnya (RR), mengatakan bahwa:

“Sebelum melakukan kampanye torang lihat kondisi masyarakat yang torang mo sampaikan akan. Biar yang torang sampaikan kena pas sesuai dorang pe kebutuhan. Saat masyarakat butuh program permodalan usaha, itu yang torang sampaikan sebagai salah satu program yang RM bawa mo jadi Sangadi di desa Tabilaa”. (wawancara 28 Juni 2021)

Strategi kampanye yang dilakukan dengan konsep penyampaian berpedoman pada 5 W + 1 H (*Who, What, Whom, Where, When, How*). Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Tim RIDHO (FM) mengatakan bahwa:

“Dalam berkampanye, torang menggunakan konsep apa yang dibutuhkan masyarakat, dimana trang menyampaikan, kapan torang sampaikan, siapa yang torang mo sampaikan, dan mengapa torang harus menyampaikan, serta bagaimana torang pe cara ba sampaikan”. (wawancara 28 Juni 2021)

Analisa terhadap enam faktor penting tersebut menjadi kunci dalam keberhasilan kampanye pemenangan pilkades.

Lebih lanjut, pada hasil wawancara bersama tim pemnangan RIDHO (UN) mengatakan bahwa:

“Dalam perencanaan konsep kampanye, torang bersama tim RIDHO basusun sama-sama, mulai dari siapa tim kampanye di acar formal dan sapa tim kampanye non-formal. Dengan begitu setiap tim kampanye bertugas dengan terarah pada prinsip kemenangan”. (wawancara 28 Juni 2021)

Berdasarkan beberapa hasil wawancara di atas dapat dianalisis bahwa kampanye merupakan salah satu cara strategi komunikasi yang memiliki pengaruh yang amat besar dalam setiap strategi komunikasi politik. Sehingga, dalam kampanye membutuhkan persiapan dengan menyusun perencanaan sebelum melakukan kampanye. Adapaun hal-hal yang perlu dilakukan dalam perencanaan

ialah membentuk Tim Kampanye yaitu tokoh-tokoh yang memiliki pengaruh di Desa dan memiliki gaya bicara yang mudah dipahami oleh masyarakat desa. Selain itu, pelaksanaan keberhasilan kampanye sangat dipengaruhi oleh; *Pertama*, Siapa yang menyampaikan dan siapa yang mendengar; *Kedua*, apa yang disampaikan; *Ketiga*, kapan disampaikan; *Keempat*, mengapa harus disampaikan; *Kelima*, dimana lokasi disampaikan, dan; *Keenam*, bagaimana cara menyampaikan;

#### **4.2.4 Strategi Komunikasi Media Massa**

Kecanggihan teknologi memberikan kemudahan pada masyarakat secara umum dalam menyampaikan informasi melalui media massa. Di mana masyarakat pengguna media sosial cukup banyak khususnya bagi kaum muda. Sehingga hal ini juga dimanfaatkan oleh Tim Pemenangan RIDHO dalam mencapai kemenangan menjadi Sangadi di Desa Tabilaa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sangadi desa Tabilaa (RM):

“Saya membentuk Tim Media pemenangan RIDHO melalui Halaman Facebook, dan Juga Group WhatsApp. Melalui media ini saya menyampaikan Visi-Misi dan juga Janji Politik yang saya akan lakukan, ketika menjadi Sangadi di Desa Tabilaa” (wawancara 29 Juni 2021)

Perkembangan zaman teknologi sangat berpengaruh pada kemudahan memberikan informasi dan menerima informasi, sehingga media masa ialah salah satu cara yang sangat relevan dalam strategi komunikasi politik. Misalnya, para calon-calon pemimpin dalam hal calon sangadi dapat memanfaatkan media masa sebagai sarana dalam menyampaikan visi misi desa guna membangun citra baik dalam sebuah pertarungan.

Lebih lanjut, dalam hasil wawancara oleh salah satu Tim Media Pemenangan RIDHO (OM), dalam hasil wawancara mengatakan:

“Sebelum minggu tenang, kami setiap harinya membuat pamflet, stiker yang berisikan pesan-pesan politik RIDHO menjadi Sangadi di Desa Tabilaa kemudian kami mengupload melalui media sosial baik facebook, wa, ataupun dicetak secara langsung dan disebar pada masyarakat” (wawancara 29 Juni 2021)

Pemanfaatan media masa sebagai sarana komunikasi politik harus dilakukan secara masif, karena untuk membangun opini publik membutuhkan waktu yang cukup lama agar apa yang disampaikan mampu diresapi masyarakat sebagai target.

Dalam hasil wawancara dengan Tim Pemenangan RIDHO lainnya, (OM) mengatakan bahwa:

“Kami mencetak stiker dan pamflet RM berupa gambar foto dan visi-misi RM menjadi Sangadi di Desa Tabilaa. Baru torang sebar ke rumah-rumah warga dan juga torang tempel di tempat masyarakat desa Tabilaa banyak bakumpul”. (wawancara 29 Juni 2021)

Gambar foto dan visi-misi yang dicetak harus banyak bahkan harus melebihi pemilih serta tidak membatasi mana pendukung lawan dan mana pendukung sebagai kawan. Karena, dalam hal merubah pilihan masyarakat strategi media masa mampu merubah pilihan hati masyarakat apabila dilakukan dengan cara masif dan terstruktur.

Selain itu, tim pemenangan RIDHO melakukan penyebaran informasi perihal pencalonan RM dalam kontestasi politik di desa Tabilaa menyebarkan informasi lewat media-media online di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, dalam hasil wawancara dengan tim pemenangan RIDHO, (UN) mengatakan bahwa:

“Dalam membangun opin publik, torang ba kontrak media online Totabuan yang ba posting segala aktivitas positif RM, biar masyarakat selalu mengingat bahwa RM ini sosok yang baik mobangun desa Tabilaa”. (wawancara 29 Juni 2021)

Lebih lanjut, dalam hasil wawancara bersama tim pemenang RIDHO (FM), mengatakan bahwa:

“Selama tiga bulan ada 12 berita media online Totabuan yang ba psoting kegiatan positif RM, salah satunya kegiatan sosial bagi-bagi bantuan pa masyarakat yang kena dampak covid-19”. (wawancara 29 Juni 2021)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat dianalisis bahwa strategi media masa memiliki pengaruh dalam pembentukan opini masyarakat mengenai sosok RM yang maju sebagai calon sangadi di Desa Tabilaa. Hal ini dilakukan secara masif dan terstruktur sehingga RM mampu meraih suara terbanyak pada pemilihan sangadi di Desa Tabilaa. Ada beberapa media masa yang digunakan yaitu media elektronik facebook, whatsapp, dan juga berita online. Sedangkan untuk media cetak lainnya seperti koran, stiker, dan pamflet. Pada intinya setiap media masa yang digunakan harus menggambarkan sosok baik RM dalam mengikuti kontestasi politik pemilihan sangadi di Desa Tabilaa.

### **4.3 Pembahasan**

Komunikasi politik (*political communication*) merupakan komunikasi yang melibatkan aktor-aktor politik serta menyampaikan pesan-pesan politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Di Indonesia pada saat ini momen-momen politik begitu banyak terjadi yang melibatkan seluruh masyarakat untuk ikut berpartisipasi di dalamnya seperti pada pemilihan umum secara langsung anggota legislatif (Pileg), pemilihan langsung

Presiden (Pilpres) dan pemilihan langsung kepala daerah (Pemilukada), bahkan sampai pada pemilihan kepala desa.

Kontestasi pemilihan Kepala Desa/Sangadi di Desa Tabilaa merupakan pesta demokrasi rakyat Desa Tabilaa dalam menentukan siapa sosok pemimpin yang akan menjadi nahkoda di Desa Tabilaa selama enam tahun kedepan. Sehingga, para kandidat calon sangadi bersaing dalam menduduki tahta Sangadi di Desa Tabilaa. Segala upaya dilakukan untuk memenangkan pertarungan.

Salah satu strategi yang dilakukan ialah strategi komunikasi politik. Hal ini dilakukan oleh Tim Pemenangan RIDHO di Desa Tabilaa dalam pemenangnya RM menjadi Sangadi di Desa Tabilaa. Berikut akan kita bahas strategi komunikasi politik tim RIDHO atas kemenangan RM sebagai Sangadi di Desa Tabilaa dengan memperoleh suara terbanyak yaitu 50, 1%.

Retorika merupakan salah satu cara yang dilakukan dalam strategi komunikasi politik RM dalam memenangkan pemilihan sangadi di Desa Tabilaa. Retorika merupakan *art of speech* atau seni berbicara yang pastinya dimiliki pemimpin dengan gaya dan tipologinya sendiri. Kemampuan retorika diperlukan untuk mempersuasi rakyat, menyampaikan kebijakan ataupun mengklarifikasi sebuah kejadian. Ada dua jenis retorika yang dilakukan oleh Tim RIDHO dalam kemenangan RM, yaitu:

Retorika sangat ditentukan oleh gaya bicara serta nada dalam berbicara. RM dalam menyampaikan suatu pesan kepada masyarakat maupun tim dengan nada yang keras dan tegas. Hal ini mampu memengaruhi semangat para tim RIDHO. Selain itu, banyak masyarakat yang terkesan dengan penyampaian pesan yang

dilakukan oleh RM karena disampaikan dengan nada keras dan tegas. Retorika yang dimiliki oleh RM seperti gaya Soekarno bicara dimana dalam berbicara menggunakan bahasa yang tersirat tapi memiliki makna yang luar biasa dalam membangun Desa Tabilaa. Selain itu, nada yang keras dan intonasi yang tegas meyakinkan masyarakat dalam memilih RM sebagai Sangadi di Desa Tabilaa.

Tim pemenangan RIDHO dalam berkomunikasi menggunakan teknik Retorika Deliberatif. Hal ini terlihat ketika penyampaian Tim pemenangan RIDHO dalam menyampaikan komunikasi politik yaitu menyampaikan visi-misi dan program kerja membangun Desa Tabilaa kedepan jika terpilih sebagai sangadi di Desa Tabilaa. Karena, sebagaimana yang dilakukan teknik retorika deliberatif yaitu Dirancang untuk memengaruhi masyarakat dalam kebijakan pemerintah yang fokus kepada keuntungan atau kerugian jika sebuah kebijakan diputuskan atau dilaksanakan.

Tim pemenangan RIDHO melakukan komunikasi politik dengan jenis Retorika Demonstratif, dimana salah satu tim pemenangan menyampaikan komunikasi dengan keuntungan dalam memilih RM sebagai Sangadi dan kemudian membandingkan dengan calon lainnya yang diindikasikan tidak membawa perubahan di Desa Tabilaa. Sebagaimana yang dijelaskan tentang Retorika Demonstratif “Retorika Demonstratif : Mengembangkan wacana yang dapat memuji atau menghujat. Tim pemenangan RIDHO dalam memenangkan RM sebagai Sangadi di Desa Tabilaa menggunakan salah satu strategi komunikasi politik yaitu propaganda.

Propaganda adalah suatu penyebaran pesan yang terlebih dahulu telah direncanakan secara seksama untuk mengubah sikap, pandangan, pendapat dan tingkah laku dari penerimaan komunikasi sesuai dengan pola yang telah ditetapkan oleh komunikator. RM selaku ketua tim memberikan semangat untuk kerja keras bekerja dan menuju kemenangan, hal ini termasuk dalam teknik propaganda yang dilakukan terhadap sebuah kelompok tim agar lebih yakin dan giat bekerja karena tujuannya sebuah pertarungan adalah kemenangan.

Tim RIDHO melakukan propaganda pada masyarakat baik melalui secara terbuka maupun sembunyi-sembunyi dengan memberikan kekhawatiran pada masyarakat jika memilih calon lain Desa Tabilaa tidak akan berkembang karena masa kepemimpinan sebelum-sebelumnya Desa Tabilaa tidak ada perubahan. Hal ini termasuk teknik propaganda dibuat dalam membentuk paradigma masyarakat agar tidak mempercayai calon lain dalam hal ini sebagai mantan Sangadi yang dinilai tidak memberikan perubahan terhadap desa Tabilaa. Sehingga kepercayaan terhadap calon lain tidak bisa diterima.

Hal ini selaras dengan julukan yang buruk kepada suatu ide, kepercayaan, jabatan, kelompok bangsa, ras dan lain-lain, agar khalayak menolak atau mencera tanpa mengkaji kebenarannya. Tim Pemenangan RIDHO melakukan teknik propaganda dengan membentuk paradigma masyarakat dan penyampaian pesan bahwa RM adalah sosok yang baik dan akan membawa Desa Tabilaa lebih maju dari sebelumnya. Hal ini terlihat dari beberapa penyampaian anggota tim pada masyarakat baik secara terbuka maupun secara *door to door* mengatakan bahwa RM adalah sosok yang ditunggu-tunggu masyarakat Tabilaa jika menginginkan

sebuah perubahan di Desa Tabilaa. Jika dilihat, salah satu teknik yang digunakan oleh tim pemenangan RIDHO. Ingat propaganda Jepang” Asia untuk bangsa Asia”, *one for all, all for one*, Bapak Pembangunan”, “Sama Rata sama Rasa dan lain sebagainya. Propaganda dalam hal ini mengidentifikasikan diri atau gagasannya dengan segala sesuatu yang serba luhur dan agung.

Selain itu, Tim Pemenangan RIDHO secara terus menerus melakukan salah satu unsur dari teknik propaganda ialah harus dilakukan secara masif dan berulang-ulang. Tim pemenangan RIDHO sebagai tim pemenangan RM dalam pencalonan sebagai Sangadi di Desa Tabilaa melakukan salah satu teknik kampanye. Dimana kampanye merupakan rutinitas yang sering dilakukan dalam pemilihan biasanya kampanye diberikan ruang oleh para penyelenggara pemilihan. Para calon maupun tim pemenangan dapat mengkampanyekan diri sebagai peserta kontestasi politik. Tim Pemenangan RIDHO dalam melakukan kampanye yaitu dengan tahapan-tahapan yang disusun secara matang.

Proses kampanye bukanlah sesuatu yang baru dalam sebuah pemilihan, akan tetapi kampanye tidak bisa serta merta dilakukan, akan tetapi harus direncanakan dengan matang. Dalam kampanye tim pemenangan RIDHO telah membentuk Tim Kampanye baik di dalam tim maupun di luar tim. Hal ini dibentuk sebagai sebuah strategi agar tidak terindikasi subjektif khusus kampanye yang dilakukan oleh orang yang di luar tim. Meskipun, masuk dalam rencana akan tetapi orang tersebut dibuat seakan-akan bukan bagian dari tim. Proses kampanye dilakukan secara terbuka dan *door to door*.

Tim pemenangan RIDHO mempersiapkan komunikator kampanye yang memiliki kualitas retorika yang mempunyai agar yang disampaikan sesuai dengan arah dan target. Dalam hal ini RM sebagai ketua tim kampanye utama, akan tetapi didampingi oleh Anggota Tim lainnya yang memiliki gaya retorika yang berbeda yang satu nadanya menggebu dan satunya lagi lemah lembut. Selain itu, komunikator kampanye dibentuk juga satu orang setiap dusun yang melakukan kampanye selama tiga bulan sebelum pemilihan. Jika dilihat, penyediaan komunikator sudah dilakukan secara matang oleh tim pemenangan RIDHO sehingga mampu terbangun citra baik dari sosok RM pada masyarakat Tabilaa.

Dalam penyampaian kampanye Tim Pemenangan RIDHO memakai konsep 5 W + 1H. Dimana Tim Pemenangan RIDHO menyampaikan pesan kepada masyarakat dengan menyiapkan komunikator-komunikator hebat dalam menyampaikan gagasan RIDHO untuk membangun Desa serta melihat situasi. Di dusun satu anggota tim RIDHO menyampaikan keuntungan jika memilih RIDHO akan dibuatkan program kerja bidang pertanian. Berbeda halnya, apabila berada di dusun empat, maka yang disampaikan adalah program kerja di bidang perikanan, berhubung masyarakat di sekitarnya adalah nelayan. Sehingga, hal ini dapat dilihat bahwa tim pemenangan RIDHO menggunakan analisis 5W + 1H dalam melaksanakan kampanye.

Strategi media massa memiliki pengaruh dalam pembentukan opini masyarakat mengenai sosok RM yang maju sebagai calon sangadi di Desa Tabilaa. Hal ini dilakukan secara masif dan terstruktur sehingga RM mampu meraih suara terbanyak pada pemilihan sangadi di Desa Tabilaa. Pada intinya setiap media massa

yang digunakan harus menggambarkan sosok baik RM dalam mengikuti kontestasi politik pemilihan sangadi di Desa Tabilaa.

Sebagai makhluk sosial, manusia tak akan pernah bisa hidup sendiri dan hal ini juga membenarkan salah satu aksioma dari komunikasi bahwa "*we cannot not communicate.*" Benar sekali bahwa manusia tak bisa untuk tidak berkomunikasi, baik komunikasi secara verbal maupun non verbal. Komunikasi sendiri merupakan sebuah proses menyampaikan pesan dari sender kepada receiver melalui media. Berangkat dari sebuah pernyataan demikian, maka tim pemenangan RIDHO mampu memanfaatkan peluang ada sekitar kurang 200 dari kalangan remaja di Desa Tabilaa yang terdaftar sebagai pemilih yang dilihat pasti memiliki media handphone. Hal ini yang terus menjadi target Tim Pemenangan RIDHO. Dalam hal memposting stiker atau narasi yang mencitrakan RM dilakukan di jam 19.30 wita yang sesuai dengan kondisi lapangan banyak kalangan muda yang di depan layar handphone. Strategi media massa dilakukan secara masif setiap hari sebelum menjelang minggu tenang. Strategi media massa dilakukan melalui media sosial seperti. *Facebook*, *WhatsApp*, dan berita *Online*. Sedangkan, media cetak menggunakan Koran, Stiker, dan Pamflet.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan permasalahan penelitian yang dilakukan tentang strategi komunikasi politik Tim pemenangan RIDHO di Desa Tabilaa, maka dapat disimpulkan ada beberapa strategi komunikasi politik yaitu: (1) Retorika yang digunakan oleh RIDHO adalah dengan menyampaikan pesan secara langsung tentang Visi-Misi dalam membangun Desa tabilaa; (2) Propaganda yang di maksud lebih kepada cara untuk mengontrol ketika mendapat isu-isu dan kebersamaan dan persatuan dalam tim karna tidak ada kemenenangan tanpa perjuangan; (3) Kampanye yang terdiri dari terbuka dan *door to door* dengan melakukan perencanaan yang matang, menyediakan komunikator, menyusun konsep kampanye 5W + 1H; dan (4) Melalui media massa yang digunakan oleh tim RIDHO adalah berita *online*.

#### **5.2 Saran**

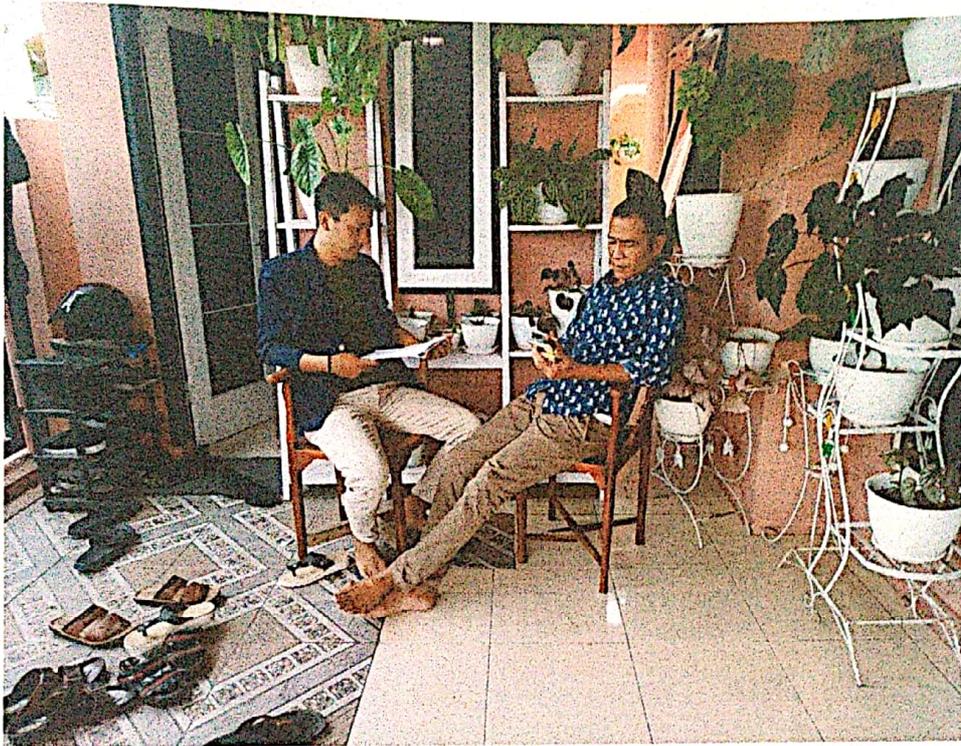
Untuk saran dari penelitian ini adalah strategi komunikasi politik harus dilakukan dengan berbagai macam cara agar target yang hendak dicapai dapat terwujud;

1. Bagi politisi, harus memiliki strategi komunikasi yang tepat agar calon kandidatnya dapat menang dalam pemilihan bagi masyarakat desa Tabilaa
2. Bagi masyarakat, khususnya masyarakat Desa Tabilaa diharapkan dapat menjadi pemilih yang cerdas

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, a. (2003). *Komunikasi Politik, Paradigma, Teori Aplikasi dan Komunikasi Politik di Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Budiardjo, M. (2013). *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nur, Indriantoro Dan Bambang Supomo,(2013) *Metodologi penelitian*. Penelitian Bisnis. Andi
- Cangara, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendi, Onong Uchjana, (1993) *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya
- Marijan, H. (2015). *Sistem Politik Indonesia* . Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Politik, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2011). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Prawira, R. K. (1983). *Sistem Politik Indonesia*. Bandung: Sinar Baru.
- Sugiyono, (2013) *Metode Penelitian: Kualitattif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta Sinopsis
- Suharsimi Arikunto,(2013) *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta
- Thomas Tokan Pureklolon (2018) *Komunikasi politik: mempertahankan intrgritas akademisi, politikus dan negarawan*. Jakarta Gramedia Pustaka Utama
- Yusdianto. (2010, november). Identifikasi Potensi Pelanggaran Pemilihan Kepala Daerah (Pemilukada) dan Mekanisme Penyelesaiannya. *Jurnal Konstitusi*, ii, 2.

## Dokumentasi



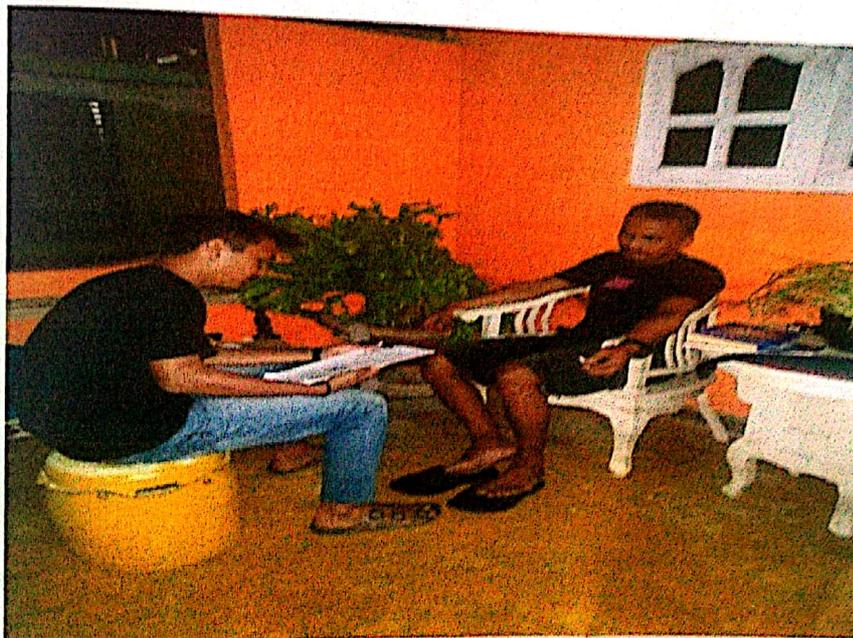
## Hasil Wawancara Dengan Bapak Sangadi Desa Tabilaa



## Hasil wawancara dengan Tim Pemenangan RIDHO dalam hal ini



**Hasil wawancara dengan Tim Pemenangan RIDHO dalam hal ini bapak(RT) Dusun II**



**Hasil wawancara dengan Tim Pemenangan RIDHO dalam hal ini bapak(OM) Dusun III**



**Hasil wawancara dengan Tim Pemenangan RIDHO dalam hal ini bapak(FM) Dusun IV**

13:27

ensa

and you see CIB 61%

Homepage - Berita Utama

Published by Redaksi in Berita Utama, Bolssel, Daerah, Terkini

## Menang Telak di Pilsang Tabilaa, Ridwan Moha: Terima Kasih Masyarakat



Ridwan Moha (Masker biru) dilampingi para pendukung saat mendatangkan diri sebagai calon Sangadi Desa Tabilaa, Babai (24/3)

Rep: Ramdhani Amiri | Red: Cadavi Lasena

**BOLSEL.** — Ridwan Moha menang telak pada pemilihan sangadi (Pilsang) di Desa Tabilaa, Kecamatan Bolaang Uki, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan (Bosel).



Saat Menggunakan Media Massa, Seperti Media Sosial Dalam Bentuk Berita Online

**Mohon Do'a, Dukungan & Pilihan  
PERIODE 2021 - 2027  
Untuk Tabilaa Lebih Baik**

**RIDHO**

*Berwibawa,  
Berkomitmen,  
Berani,  
Bertanggung Jawab,  
Dan Amanah,*

**Ridwan Moha**  
Calon Sangadi Tabilaa

**Bersama Kita Bisa**

Saat Menggunakan Media Massa, Seperti Dalam Bentuk Media Cetak



**Saat melakukan pertemuan dengan masyarakat dalam hal ini  
melakukan sosialisasi**

## LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING

Judul Skripsi

: Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan  
RIDHO Dalam Pemilihan Kepala Desa Tabilaa  
Periode 2021-2027

Nama Mahasiswa

: Mohamad Ziat Moha

Nim

: S2216003

Pembimbing 1

: Dr. Andi Subhan S.S.,M.Pd

Pembimbing 2

: Dwi Ratnasari, S.Sos.,M.I.Kom

Pembimbing 1				Pembimbing 2			
No	Tanggal	Koreksi	Paraf	No	Tanggal	Koreksi	Paraf
1				1			
2				2			
3				3			
4				4			



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO  
LEMBAGA PENELITIAN

Kampus Unisan Gorontalo Lt.3 - Jln. Achmad Nadjamuddin No. 17 Kota Gorontalo  
Telp: (0435) 8724466, 829975 E-Mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 3228/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/XII/2021  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,  
Kepala Desa Tabilaa  
di,-  
Tempat

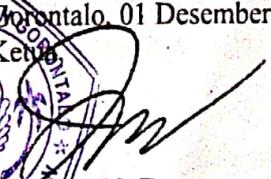
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulham, Ph.D  
NIDN : 0911108104  
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Mohamad Ziat Moha  
NIM : S2216003  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Lokasi Penelitian : KANTOR DESA TABILAA KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW SELATAN  
Judul Penelitian : STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK TIM PEMENANGAN RIDHO DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA TABILAA PERIODE 2021-2027

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.

Unisan Gorontalo, 01 Desember 2021  
Ketua  
  
Zulham, Ph.D  
NIDN 0911108104

+



PEMERINTAH KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW SELATAN  
KECAMATAN BOLAANG UKI  
**DESA TABILAA**  
Jln. Trans Sulawesi Lingkar Selatan, Panango

**SURAT REKOMENDASI**

Nomor : 146/71.01.11.2010/SR/417/XII/2021  
Lamp : -  
Perihal : **Rekomendasi Hasil Penelitian**

Yang bertanda tangan dibawah ini, Kepala Desa Tabilaa Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Menerangkan dengan benar :

Nama : MOHAMAD ZIAT MOHA  
NIK : 7111012704970002  
Tempat/Tanggal Lahir : TABILAA, 27 APRIL 1997  
Alamat : DUSUN II DESA TABILAA KEC. BOLAANG UKI  
KAB. BOLAANG MONGONDOW SELATAN  
Pekerjaan : PELAJAR/MAHASISWA  
Status : BELUM MENIKAH

Sehubungan dengan penyusunan Skripsi, yang merupakan hasil akhir sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan di Universitas Ichsan Gorontalo, maka yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Desa Tabilaa Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan dengan judul Skripsi “ **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK TIM PEMENANGAN RIDHO DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA TABILAA PERIODE 2021 - 2027** “.

Demikian Rekomendasi ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tabilaa, Desember 2021

Sangadi Tabilaa

  
**RIDWAN MOHA**



**SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI**

No. 1008/UNISAN-G/S-BP/XII/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sunarto Taliki, M.Kom  
NIDN : 0906058301  
Unit Kerja : Pustikom, Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasisw : MOH ZIAT MOHA  
NIM : S2216003  
Program Studi : Ilmu Komunikasi (S1)  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK TIM  
PEMENANGAN RIDHO DALAM PEMILIHAN KEPALA  
DESA TABILAA PERIODE 2021-2027

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 34%, berdasarkan SK Rektor No. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujikan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 03 Desember 2021

Tim Verifikasi,



**Sunarto Taliki, M.Kom**

NIDN. 0906058301

**Tembusan :**

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing II
4. Yang bersangkutan
5. Arsip



SKRIPSI\_Mohamad Ziat Moha\_S2216003\_Strategi komunikasi politik dalam pemenangan Ridho pada pemilihan kepala Desa Tabiraa Kabupaten Bolaang M...

Nov 27, 2021

6746 words / 43802 characters

S2216003

SKRIPSI\_Mohamad Ziat Moha\_S2216003\_Strategi komunikasi p...

Sources Overview

34%

OVERALL SIMILARITY

Rank	Source	Similarity
1	repository.ar-raniry.ac.id INTERNET	6%
2	repositori.usu.ac.id INTERNET	3%
3	id.wikipedia.org INTERNET	2%
4	repository.umsu.ac.id INTERNET	1%
5	kumparan.com INTERNET	1%
6	www.scribd.com INTERNET	1%
7	e-journal.iain-palangkaraya.ac.id INTERNET	<1%
8	docplayer.info INTERNET	<1%
9	suyatno2007.wordpress.com INTERNET	<1%
10	repository.unmuhjember.ac.id INTERNET	<1%
11	repository.unpas.ac.id INTERNET	<1%
12	media.neliti.com INTERNET	<1%
13	bpkad.bolselkab.go.id INTERNET	<1%
14	digilibadmin.unismuh.ac.id INTERNET	<1%
15	kamuslengkap.com INTERNET	<1%
16	kapsel2016.blogspot.com INTERNET	<1%

17	INTERNET	yasirkomunikasi.blogspot.com	<1%
18	INTERNET	dehaiaeftid.blogspot.com	<1%
19	INTERNET	digilib.uinsby.ac.id	<1%
20	INTERNET	berbagitutorpengetahuan.blogspot.com	<1%
21	INTERNET	www.uho.ac.id	<1%
22	INTERNET	123dok.com	<1%
23	INTERNET	id.scribd.com	<1%
24	INTERNET	adenur-multiniko.blogspot.com	<1%
25	INTERNET	repository.iainpurwokerto.ac.id	<1%
26	INTERNET	www.coursehero.com	<1%
27	INTERNET	pt.scribd.com	<1%
28	INTERNET	id.123dok.com	<1%
29	INTERNET	sis.binus.ac.id	<1%
30	INTERNET	wahanaimunusantara.blogspot.com	<1%
31	INTERNET	repository.upbatam.ac.id	<1%
32	INTERNET	repository.unhas.ac.id	<1%
33	INTERNET	repository.its.ac.id	<1%
34	INTERNET	core.ac.uk	<1%
35	INTERNET	patrius.blogspot.com	<1%
36	INTERNET	ath2210.wordpress.com	<1%
37	INTERNET	meilanicute.blogspot.com	<1%
38	INTERNET	www.docstoc.com	<1%
39	INTERNET	adoc.pub	<1%

40	eprints.iain-surakarta.ac.id	INTERNET	<1%
41	etheses.uin-malang.ac.id	INTERNET	<1%
42	eprints.umpo.ac.id	INTERNET	<1%
43	es.scribd.com	INTERNET	<1%
44	repository.binadarma.ac.id	INTERNET	<1%
45	repository.uinjkt.ac.id	INTERNET	<1%
46	repository.uksw.edu	INTERNET	<1%
47	journal.untar.ac.id	INTERNET	<1%
48	scholar.unand.ac.id	INTERNET	<1%
49	cjiinterd.com	INTERNET	<1%
50	Jurnaldiakom.kominfo.go.id	INTERNET	<1%
51	repository.uin-suska.ac.id	INTERNET	<1%
52	repository.unpar.ac.id	INTERNET	<1%
53	eprints.umk.ac.id	INTERNET	<1%
54	kpu.go.id	INTERNET	<1%
55	text-id.123dok.com	INTERNET	<1%
56	www.bbc.com	INTERNET	<1%

**Excluded search repositories:**

Submitted Works

**Excluded from document:**

- Bibliography
- Quotes
- Small Matches (less than 10 words)

**Excluded sources:**

None

## Biodata Mahasiswa

Nama : Mohamad Ziat Moha  
NIM : S2216003  
Tempat Tanggal Lahir : Gorontalo, 27 April 1997  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1- Ilmu Komunikasi  
Alamat : Desa Tabilaa Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang  
Mongondow Selatan



Nama Orangtua

Ayah : Ridwan Moha  
Ibu : Marlina Wewengkang  
Saudara : Fadia Amelia Moha dan Akila Putri Moha

### Riwayat Pendidikan:

No.	Tahun	Jenjang	Ket
1	2003-2009	SDN Negeri 1 Tabilaa	Berijazah
2	2009-2012	SMP Negeri 1 Molibagu	Berijazah
3	2012-2016	SMA Negeri 1 Molibagu	Berijazah
4	2016-2021	Universitas Ichsan Gorontalo	Berijazah