

## Strategi Politik Dalam Pemilihan Kepala Desa Gondowangi Tahun 2018

Ronald Zainul Muttaqin, Sakir, Fairuz Arta Abhipraya  
Jurusan Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Email: fairuz.arta.fisip17@mail.umy.ac.id

### Abstract

*This article examines the political strategies employed in the 2018 Village Head Election in Gondowangi Village, Magelang Regency. Political strategy plays an essential role in electoral contests because it influences candidate competitiveness and voter support (Schroder, 2009). This study aims to analyze the political strategies and political communication patterns implemented by the candidates during the election process. The research employed a qualitative case study approach using observations and interviews with campaign teams and community members. The findings reveal that the candidates utilized various political strategies, including personal branding, voter mobilization, campaign activities, and interpersonal political communication. Effective communication with community leaders and local organizations significantly contributed to increasing electoral support. The study concludes that political strategy and political communication are important determinants of success in village head elections, particularly in building public trust and consolidating voter support.*

**Keywords:** Political Strategy, Political Communication, Village Head Election, Political Campaign, Gondowangi Village.

### Abstrak

*Artikel ini mengkaji strategi politik yang digunakan dalam Pemilihan Kepala Desa Gondowangi Kabupaten Magelang Tahun 2018. Strategi politik memiliki peran yang penting dalam kontestasi elektoral karena memengaruhi daya saing kandidat dan dukungan pemilih (Schroder, 2009). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi politik dan pola komunikasi politik yang diterapkan oleh para kandidat selama proses pemilihan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui observasi dan wawancara terhadap tim sukses serta masyarakat setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para kandidat menerapkan berbagai strategi politik, antara lain personal branding, mobilisasi dukungan masyarakat, kampanye politik, dan komunikasi politik interpersonal. Komunikasi yang efektif dengan tokoh masyarakat dan organisasi lokal terbukti berkontribusi terhadap peningkatan dukungan elektoral. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi politik dan komunikasi politik menjadi faktor penting dalam keberhasilan pemilihan kepala desa, khususnya dalam membangun kepercayaan publik dan mengonsolidasikan dukungan pemilih.*

**Kata kunci:** Strategi Politik, Komunikasi Politik, Pemilihan Kepala Desa, Kampanye Politik, Desa Gondowangi

---

### PENDAHULUAN

Indonesia memiliki perubahan politik semenjak jatuhnya pemerintahan Orde Baru yaitu pada Era Soeharto dan telah menaruh wadah demokrasi yang sangat realistis. Hal ini mengindikasikan kelahiran era reformasi, yang disana Indonesia menjadi negara yang selalu menghargai hak-hak masyarakatnya

dinegara itu terutama pada menentukan pemimpinya. Pemerintahan sebelumnya adalah sentralistik yang kini menjadi desentralistik yg artinya pemerintah sentra menaruh wewenang dan pilihan pada setiap wilayah masing-masing buat memilih Kepala Daerahnya. Serta menyerahkan kesempatan berupa wadah atau ruang bagi demokrasi politik lokal sebagai lebih terbuka dan bebas

membuat dan memilih pembangunan (Firmanzah, 2007) setiap wilayahnya masing-masing.

Menurut Sarwono (2008: 23), pemilihan ketua wilayah dalam hakikatnya merupakan pengakuan & perwujudan hak politik rakyat, sekaligus melimpahkan hak tersebut pada wakilnya buat mengurus pemerintahan. Dalam kesempatan yang sama, Dede & Caroline (2008: 23) menjelaskan bahwa prosedur pemilihan eksklusif dapat dianggap sebagai solusi buat memperkuat demokrasi pada tingkat lokal sekaligus memulihkan agama rakyat terhadap pemerintahan yang sedang berkuasa, sebagai akibatnya mengubah contoh pemerintahan dari sentralistik. menjadi desentralisasi. Transfer dari sentra ke daerah termasuk kekuasaan politik di tingkat lokal.

Pemilihan calon ketua wilayah adalah proses rekrutmen politik, yaitu calon dipilih dari calon ketua wilayah (gubernur, bupati, atau walikota). Peserta utama dalam perencanaan pembentukan pemilihan kepala daerah merupakan masyarakat atau kelompok warga, partai politik, dan calon kepala wilayah/ daerah. Sebagai sebuah organisasi, partai politik memiliki kiprah yang sangat krusial pada membina pemimpin yg berkualitas dan berwawasan luas. Pemimpin yang dibentuk untuk dijadikan panuta dan tokoh yang disegai masyarakat ini tidak sekedar berorientasi pada kepentingan partai politik yg ingin disandangnya. Saat nantinya b kesempatan beliau sudah menjadi sebagai pemimpin, otomatis dia akan sebagai pemimpin seluruh orang. Calon pemimpin yg sanggup menarik simpati dan perhatian warga luas merupakan aset yang sangat berharga bagi parpol. Orang menggunakan potensi & kemampuan ini perlu diberdayakan (Firmanzah, 2008: 70-71).

Pemilu yang terdapat pada desa Gondowangi, Kabupaten Magelang merupakan keliru satu kesuksesan Pemilu pada tahun 2018. Persaingan antara Kiswono

dan Bambang Setyajid yg akhirnya Bambang Setyajid berhasil memenangkan suara dalam pemilihan Kepala Desa. Kesuksesan pada memenangkan pemilihan Kepala Desa, tidak luput menurut bisnis Bambang Setyajid yg sudah menyongsong & berunding jalannya proses strategi politik sebelum pemilihan tiba. Kedua calon tadi yaitu Bambang Setyajid dan Kiswono berkompetisi ingin menerangkan eksistensi & potensi dalam penilaian rakyat buat menjadi Kepala Desa. Persiapan yg dimiliki kedua calon tadi nir luput menggunakan berstrategi politik, kampanye atau marketing politik pada rakyat Desa Gondowangi, Kabupaten Magelang.

Pemilihan generik Kepala Desa pada Desa Gondowangi Kabupaten Magelang memiliki kecenderungan yang menarik karena ke 2 calon tersebut adalah calon kuat & mempunyai potensi, fenomena calon pemimpin yg memiliki potensi & kuat pada berpolitik poly terjadi pada wilayah, dan umumnya persaingan terjadi antara calon ketua desa pada periode sebelumnya.. Berdasarkan latar belakang yg terdapat, maka dalam hal ini bentuk perumusan masalah dapat di kualifikasikan menyangkut dua hal: pertama tentang bagaimana taktik politik yang diterapkan kedua calon yaitu Bambang Setyajid & Kiswono pada pemenangan Pemilihan Umum Kepala Desa Kabupaten Magelang Tahun 2018; kedua tentang bagaimana cara calon kepala desa ini mengatur dan merumuskan bentuk komunikasi politik yang sesuai saat Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Magelan tahun 2018.

## **METODE PENELITIAN**

Peneliti hendak memakai metode berupa menggabungkan studi kualitatif ini dengan metode studi kasus. Peneliti memakai jenis penelitian kualitatif karena ini merupakan metode penelitian deskriptif yang dapat memahami permasalahan yang ditimbulkan oleh penelitian tersebut. data utama yang

menjadi sumber yang digunakan penelitian ini berupa sumber data utama. Sumber data utama diperoleh dari sumber potensial atau informan tim sukses kepala desa, dan observasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti sebelum dan sesudah pemilihan kepala desa di Desa Gondowangi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Strategi Politik Kedua Calon Bambang Setyajid & Kiswono di Pemilihan Umum Kepala Desa Kabupaten Magelang Tahun 2018

Strategi adalah segala rencana & tindakan untuk memenangkan pemilu. (Prihatmoko & Moessafa 2008:158), Strategi tadi melibatkan berbagai kegiatan, termasuk menganalisis kekuatan dan potensi bunyi yg akan diperoleh, dan menemukan metode pemilihan yang diperlukan. Untuk memenangkan pemilihan, seorang kandidat harus mampu menciptakan pemilih memihak & menaruh suara mereka. Kata "taktik" berasal berdasarkan bahasa Yunani dan adalah konsep militer, yang berarti seni memimpin tentara. Schroeder berpendapat bahwa taktik politik merupakan taktik buat mewujudkan hasrat politik. Misalnya, diundangkannya peraturan baru, pembentukan struktur manajemen pemerintahan baru, atau aplikasi acara deregulasi, privatisasi, atau desentralisasi. (Surahmadi, 2016: 94-95).

Sebagai politisi yang baik seharusnya mempunyai rencana pada jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjangnya secara sistematis dan bisa diimplementasikan. Setidaknya, dalam banyak sekali fase tersebut, seorang politisi minimal memakai ilmu analisis pada manajemen yaitu SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Politisi sangatlah krusial untuk mem-branding dirinya. Karena tidak mudah & membutuhkan waktu relatif lama menciptakan profil yg kuat. Target akhir dari politisi adalah warga .

Penting buat bersosialisasi dengan baik, memiliki modal sosial yang kuat, dan jaringan sosial yang luas. Politisi seperti kedua calon yaitu Bambang Setyajid & Kiswono pada Pemilihan Umum Kepala Desa Kabupaten Magelang Tahun 2018 memiliki taktik politiknya. Menurut Peter Schroder masih ada sebelas strategi utama pada taktik politik, namun yang digunakan oleh ke 2 calon yaitu.

#### A. Strategi Defect

Strategi ini merupakan menolak kerja sama di setiap langkah. " Defect " adalah taktik sederhana yg menolak buat bekerja sama secara membabi buta waktu mengejar tujuan. Strategi ini tidak terkalahkan. Tidak terdapat strategi lain yg lebih pribadi sebanding dari " defect ", karena lawan hanya mampu mendapatkan hasil bila mereka bekerja sama atau tidak.

#### B. Strategi Per Nast

Strategi yang berarti bermainlah secara periodik (menolak bekerjasama, menolak bekerjasama, bekerjasama). Strategi ini awalnya tidak menerima kerjasama dengan lawannya, namun diakhirnya mendapat kerjasama menggunakan pesaingnya (Anonim, --: 32-34). Hal ini terjadi waktu akan mendekati masa tenang sehabis kampanye.

### 1. *Personal Branding* Calon Kepala Desa Dalam Pilkada Kabupaten Magelang 2018

Penerapan merek berkualitas calon kepala desa berpengaruh besar terhadap keberhasilan pilkada, semakin baik peluang menangnya semakin besar. Tim pemenang kepala desa terpilih, Bambang Setyajid dan Kiswono, tampaknya berperan sangat krusial dalam mempromosikan calon kepala desa ini kepada elemen masyarakat yang terlibat dalam Pilkada Magelang yang sudah memiliki pengalaman baik dalam strategi politik dan sangat peduli dengan Situasi masalah di desa. Jadikan isu-isu tersebut sebagai visi dan misi para calon untuk memenangi pemilihan kepala desa. Memasarkan pasangan calon adalah perkara yang sangat rumit, berbeda

dengan memasarkan suatu produk, meskipun prinsip pemasaran standar pada prinsipnya sama.

Poin utama dari strategi pemasaran personalian/ personal brand adalah aktivitas atau perbuatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kondisi seperti itu tidak membutuhkan tim pemenang yang harus selalu berorientasi pasar, tetapi salah satu pihak harus mampu membaca kondisi / permasalahan yang ada. Hal yang menjadi dasar strategi pemasaran adalah tahapan merumuskan nilai-nilai inti berdasarkan keinginan rakyat selaku pemilih yang bersumber dari daya kontestan yang sesuai dengan pasar. Hal ini sudah direncanakan didalamnya sebagai seluruh tahapan penyesuaian diri dalam sebuah kejadian untuk memahami kebutuhan masyarakat.

Seluruh hal-hal dalam perjalanan menuju tahapan strategi pemasaran, tim pemenang sangat memerlukan berbagai macam cara dalam melakukan hubungan dengan masyarakat dengan bersama sama menyimak dan memperhatikan dengan seksama, bahwa di alakhir perencanaan terdapat *need* dan *wants* yang diajukan calon pasangan tersebut adalah keseluruhan yang mengena bagi masyarakat dan memiklil tawaran yang menguntungkan seluruh lapisan masyarakat, meliputi kebutuhan sosial kemasyarakatan berupa hal hal yang berkaitan dengan keberlangsungan hidup masyaakat desa setempat, kebutuhan untuk terpenuhinya rasa aman, damai dan sejahtera,tercukupinya kewajiban dalam berpendidikan, kesanggupann untuk memilili hidup sehat dan pertolongan pertama pada kesehatan dan sebagainya. Secara umum, tim pemenang membutuhkan rencana strategis untuk menghadapi masyarakat, dan terlihat pula bahwa kebutuhan dan persyaratan pasangan akhirnya menyentuh semua lapis masyarakat, kebutuhan pokok dan sosial, danuntuk memenuhi itu semua yang tersebut diatas.

Masyarakat percaya bahwa kesejahteraan, pendidikan, kesehatan dan sebagainya.

Rencana tersebut menyangkut brand sebuah produk dalam politik yang akan ditampilkan, citra yang dibangun juga rencana kampanye yang nantinya dijalankan. Perencanaan diperlukan agar sumber daya dapat dialokasikan secara efektif (misalnya, manusia, keuangan, infrastruktur). Selain itu, perlu dibuat perencanaan agar setiap prosedur dan kegiatan memiliki kesamaan arah dan prinsip. Adapun upaya dan usaha yang dilakukan oleh tim pemenang adalah sebagai berikut:

1. Melakukan penelitian di lingkup tempat pemiihan daerah, dalam hal ini di setiap desa Desa Tenganau di kecamatan untuk memahami keadaan masyarakat yang sebenarnya. Artinya jika calon utama memenangkan pemilihan kepala desa, tim pemenang akan benar-benar memahami kebutuhan nyata masyarakat dan mampu mencapainya.

2. Mengatur dan mengelola rencana kerja yang akan dijalankan, mulai dari perekrutan tim sukses hingga dimulainya orasi dan kampanye sebagai bentuk perkenalan kepada masyarakat yang akan dilakukan di masing-masing wilayah.

3. Memisahkan kebutuhan dari masing masing lapisan masyarakat dari tingkat desa / desa hingga tingkat jalan. Sehingga tim sukses dapat mudah menginput dan menerka kebutuhan milik setiap kelompok masyarakat. Karena kebutuhan satu kelompok pasti berbeda dengan yang lainnya.

4. Rekrut pihak-pihak yang akan bekerja dengan tim sukses. Pihak yang dipilih akan memilih departemen apa dan dimana dia akan bekerja karena tugasnya sendiri, yang artinya mereka bisa lebih mudah menguasai kelebihanannya dan membuatnya lebih bertanggung jawab atas tugasnya.

5. Memilih orang-orang dari tim sukses untuk ditempatkan di daerah masing-masing (dari tingkat desa hingga tingkat TPS) sehingga

rencana kerja yang telah disiapkan dapat terlaksana sehingga masyarakat dapat memilih Bambang Setyajid dan Kiswono.

## **2. Strategi Komunikasi Politik Pemilihan di Pemilihan Umum Kepala Desa Kabupaten Magelang Tahun 2018**

Nimmo (1989: 10) mengartikan komunikasi politik sebagai kegiatan dialog dua arah dari pihak satu dengan yang lain yang berbeda dari komunikasi lainnya yaitu dianggap berdasarkan konsekuensi yang berdasarkan fakta dan sangat potensial serta mengatur komunikasi politik perilaku manusia dalam kondisi konflik. Selain itu, Profesor Mirim Budiardjo dalam keterangannya memberikan pengertian tentang bentuk politik yang dikomunikasikan merupakan salah satu fungsi partai politik yaitu menyampaikan berbagai pendapat dan keinginan masyarakat dan menyusunnya dalam bentuk (*interest agregation*) dan (*interest articulation*) agar hendaknya di usahakan menjadi kebijakan politik (Nur, 2019: 122).

Komunikasi politik berguna untuk menyampaikan pesan dalam bentuk tersurat maupun tersirat secara politik kepada publik, sehingga membutuhkan strategi komunikasi publik. Pemilihan umum bahkan tingkat kepala desa tidak bisa lepas dari kampanye. (Firmanzah, 2007) (Firmanzah, 2007) (Firmanzah, 2007) (Nugroho, 2017: 2).

Melvin L DeFleur (dalam Muhtadi, 2008:7) Mempunya bentuk peta konsep berupa model transaksi sinkron dengan dinamika komunikasi publik. Karena sifatnya yang non-linier, model ini menjelaskan setidaknya tiga faktor yang mempengaruhi komunikasi. Pertama, lingkungan fisik, yaitu lingkungan untuk berkomunikasi dengan memperhatikan aspek apa dan bagaimana pertukaran pesan komunikasi. Dua faktor kondisi sosial budaya, yaitu komunikasi, merupakan bagian dari kondisi sosial yang mengandung makna budaya tertentu, dan identitas peserta pertukaran yang terlibat. Ketiga faktor

hubungan sosial yaitu status hubungan antar partisipan komunikasi mempunyai pengaruh yang sangat penting terhadap isi pesan itu sendiri dan proses pengiriman dan penerimaan pesan.

Maksud komunikasi juga dapat diartikan sebagai dyadic. Yang dimaksudkan bentuk dialog yang tidak hanya diterapkan oleh calon kepala daerah untuk masyarakat, akan tetapi juga dari masyarakat yang akan dipilih. Dari masyarakat yang beraneka ragam, hal ini kemudian menyebabkan tersebarnya informasi yang terkadang tidak terorganisir. Kondisi ini akan sulit ditafsirkan secara tekstual adanya sebuah konsep yang tersistematis dalam bentuk pesan oleh masyarakat kepada mereka. Kandidat kepala daerah dan tim pemenangannya disini bertugas mengusahakan untuk mencatat dan menginput pesan pesan tersirat dibalik kejadian yang ada.

Seringkali catatan –catatan tersebut harus melewati analisis dan pengertian serta penafsiran atas data dan fakta mayoritas dalam banyak peristiwa yang terjadi di daerah tersebut. Seperti halnya kesenangan, impian, amarah, kesedihan, kekecewaan, masyarakat lainnya, baik yang sedang terjadi ataupun yang akan dikemudian hari kemungkinan akan terjadi perlu di waspadi dan dianggap terjadi karena hal itu termasuk catatan yang dianalisis berdasarkan data dan peristiwa yang berserakan di tempat yang tidak seharusnya. Masyarakat tidak seluruhnya mampu untuk mempunyai tempat yang terbatas untuk merumuskan semua yang menjadi permasalahan mereka sebenarnya.

Komunikasi interpersonal mencakup komunikasi lisan antara perseorangan dengan yang lain atau lebih (Nimmo, 2005: 177). Dalam konteks politik, komunikasi interpersonal akan mengkaji apakah kegiatan dimotivasi oleh kepentingan politik, yaitu sifat interaksi dan faktor-faktor yang membantu membentuk gambaran umum informasi yang dipertukarkan. Komunikasi interpersonal

terjadi karena didasarkan pada tujuan tertentu. Sama seperti (Surahmadi, 2016) pertemuan tertutup antara kandidat dan tim sukses atau aktivitas sosialisasi rahasia antara kandidat dan audiens, proses komunikasi interpersonal dirancang untuk mengubah audiens. (Pulungan, --: 4-5) Berdasarkan buku Anwar Arifin (2011:235) yang disana dituliskan tentang makna komunikasi keseluruhan keputusan bersyarat tentang tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan. Menurutnya, strategi komunikasi politik memperhatikan beberapa aspek, sebagai berikut.

a. Pemokohan dan Lembaga

- 1) Merawat ketokohan: membentuk penokohan dalam sebuah politik dapat dibentuk dan diperoleh berdasarkan kredibilitas, yaitu kemampuan mudah dipercaya dan ucapannya dapat meyakinkan oranglain karena dikenal sebagai figur dengan banyak moralitas serta terpuji dalam pergaulan di tengah-tengah masyarakat.
- 2) Memantapkan kelembagaan Jika bergabung dengan partai politik, maka citra partai adalah kepercayaan dan harapan masyarakat dalam segala hal yang dilakukannya. Partai politik harus memainkan peran yang solid dan harmonis, serta berperan dalam mensosialisasikan dan menerjemahkan kegiatan politik kepada publik.

b. Menciptakan kebersamaan, Bertujuan agar pihak pihak yang disebut politikus dan elemen masyarakat mengenal seluruh orang banyak dengan menyusun pesan *homofili*. Tujuannya agar yang diharapkan supaya komunikator politik dapat melakukan empati

seperti menjadi sosok yang konformis terhadap target masyarakat tersebut.

- 1) Mengetahui dan mengerti khalayak seperti memahami budaya, agama, dan ideologi.
- 2) Menata dan mengelola pesan yang bersifat persuasif, informasi harus disampaikan oleh khalayak sesuai dengan karakteristik khalayak dan yang dapat menarik perhatian.
- 3) Menerapkan metode, metode pemilihan dan sarana yang harus disesuaikan dengan bentuk informasi, status masyarakat, fasilitas dan biaya.
- 4) Memilih sarana, penggunaan media tunggal dan jamak yang mesti perlu diteliti dan dikelompokkan sesuai dengan kondisi dan keadaan. Abh gdq gdiqd yqw rfggda dh ud

c. Membangun konsensus

- 1) Seni berkompromi, politisi harus memiliki kemampuan kompromi. Seni kompromi biasanya sudah ada sejak lahir. Pada saat yang sama, seni membangun konsensus menuntut para politisi untuk terbuka terhadap peluang.
- 2) Bersedia membuka diri, Politisi harus terbuka ketika membangun konsensus dan menerima pengalaman atau ide baru. Menurut konsep diri masing-masing politisi yang memiliki pendapat berbeda (Palupi, 2020: 21-23).

Strategi partai politik dari kedua calon yaitu Bambang Setyajid dan Kiswono untuk meraih dukungan massa, sebagai berikut.

a. Berbenah diri dalam naungan partai politik

- 1) Meminimalisir konflik antar pengurus partai, Konflik dalam kepengurusan internal partai tidak

bisa dihindari. Tetapi, masih ada upaya yang bisah di maksimalkan untuk mengurangi terjadinya berbagai benturan kepentingan. Seperti upaya untuk penataan dan pengembangan organisasi diberbagai tingkatan serta segala aspek.

- 2) Penentuan target yang akan dicapai, penentuan sasaran yang hendak dicapai semstinya harusd tertata serta ditentukan sejak awal. Karena program-program tersebut harus dijalankan. Biasanya target-target ini muncul ketika pemilu, seperti ada target surat suara dari berbagai tempat. Tentunya tidak lepas untuk menganalisis kekuatan, potensi, dan kelemahan calon kandidat serta partai politik tersebut.
- 3) Menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap partai, Mayoritas masyarakat tidak percaya kepada politik. Beberapa diantaranya memilih untuk golput (golongan putih atau tidak memberikan hak suaranya). Selain itu, masyarakat juga beberapa diantaranya antipasi dengan partai politik. Tugas partai untuk memberikan kesadaran kepada masyarakat dengan dibuktikan berbagai data dan hasil kerja yang telah dilakukan serta berbagai hal yang berdampak ke masyarakat.
- 4) Mendekatkan partai dan calon kandidat pada tokoh penting serta organisasi-organisasi di masyarakat, Kekuatan karismatik tokoh-tokoh penting di masyarakat seperti ketua RT, ketua RW, pemuka agama, ketua pemuda atau karang taruna, dan sebagainya dapat menggerakkan masyarakat. Akan lebih baik jika

partai dapat turun tangan berbagai kegiatan sosial di masyarakat tersebut (tidak hanya menjelang pemilu). Karena, masyarakat dapat merasakan manfaat dan lebih mudah untuk mendapatkan simpati masyarakat.

- 5) Sosialisasi visi misi dalam program jangka pendek, menengah dan panjang., Partai politik bertugas sebagai penyalur aspirasi masyarakat dan alat pencapaian kekuasaan. Selain itu, untuk menarik minat dan dukungan yang akan dilakukan organisasi. Ini penting dilakukan kepada publik untuk memberikan pemahaman tentang apa yang akan dilakukan.
- 6) Kampanye , Bentuk dari kampanye berupa pemasangan atribut partai (spanduk, stiker, dan lain-lain). Selain itu, kampanye dengan memanfaatkan media elektronik dan media massa. Melalui bakti sosial dengan melibatkan berbagai unsur tokoh di masyarakat tersebut (Musdalifah, 2019)

## KESIMPULAN

Strategi dalam politik merupakan alternative untuk merealisasikan cita-cita politik. Strategi politik yang digunakan oleh Bambang Setyajid dan Kiswono adalah strategi *defect* dan strategi *per nast*. Komunikasi politik adalah penyampaian pesan-pesan politik kepada masyarakat. Berbagai kegiatan komunikasi politik termasuk menggunakan komunikasi interpersonal. Aspek-aspek dari strategi/ pola komunikasi dalam politik terdiri penokohan dan lembaga, tercipta sebuah kebersamaan, dan memupuk konsep dari konsensus. Mayoritas strategi partai politik dan tim sukses untuk Pemilihan Umum Kepala Desa Kabupaten Magelang Tahun 2018 adalah

penentuan target yang akan dicapai, mendekati partai dan calon kandidat pada tokoh penting serta organisasi-organisasi di masyarakat, sosialisasi program, dan kampanye menggunakan berbagai alat maupun media.

Surahmadi. (2016). Strategi Politik Pemenangan Idza-Narjo dalam Pemilukada Kabupaten Brebes Periode 2012–2017. *Jurnal Politika*, 11–91.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firmanzah. (2007). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Muhtadi, A. S. (2008). *Komunikasi Politik Indonesia: Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Musdalifah, S. I. (2019). Partai Politik: Tinjauan Strategi dalam Meraih Dukungan Massa. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 89–100.
- Nimmo, D. (1989). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: Remadja Karya.
- Nimmo, D. (2005). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nur, E. (2019). Strategi Komunikasi Tim Sukses pada Kampanye Politik untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar. *Jurnal Diakom*, 120–128.
- Palupi, M. T. (2020). *Strategi Komunikasi Politik dalam Membangun Konsensus Politik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Prihatmoko, J., & Moessafa. (2008). *Menang Pemilu di Tengah Oligarki Partai*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Schroder, P. (2009). *Strategi Politik*. Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit.