

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu landasan penulis untuk melakukan suatu penelitian. Dengan adanya penelitian terdahulu peneliti dapat membandingkan antara penelitian yang telah dilakukan dan yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu menjelaskan tentang beberapa hasil penelitian sebelumnya namun memiliki kesamaan tema dibahas oleh peneliti. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang terkait dengan judul penulis sebagai berikut :

2.1.1. Komunikasi Politik Tim Pemenangan Hendra Hemedo Dalam Pemilihan Ketua DPD 11 Partai Golkar Kabupaten Gorontalo Periode 2016-2021.

Yusa Djuyandi (2019), melakukan penelitian tentang bagaimana Komunikasi Politik Tim Pemenangan Hendra Hemedo Dalam Pemilihan Ketua DPD 11 Partai Golkar Kabupaten Gorontalo Periode 2016-2021. Jenis Penelitian ini adalah Penelitian Kualitatif dengan Metode Deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah Musyawarah Daerah (MUSDA) Partai Golkar Kabupaten Gorontalo yang dilaksanakan 28 Agustus 2016 untuk memilih Ketua dan pengurus baru berbeda dengan MUSDA sebelumnya. Salah satu kandidat yang tidak diunggulkan Hendra Hemeto terpilih menjadi ketua DPD Partai Golkar Kabupaten Gorontalo Periode 2016-2021. Terpilihnya Hendra Hemeto yang mampu mengalahkan Warsito Somawiyono sebagai kandidat terkuat karena sebelumnya didukung oleh Pimpinan Kecamatan (PK) sebagai pemilik suara. Kemenangan Hendra Hermeto menarik untuk dikaji terutama berkaitan dengan bagaimana pola komunikasi politik diri dan tim kampanye dalam MUSDA partai golkar. Dari hasil analisis, maka dapat dikatakan bahwa keberhasilan hendra hemeto tidak lepas dari pengelolaan komunikasi politik yang baik terutama oleh tim kampanye dirinya. Adapun Perbedaan yang dimiliki dari penelitian yaitu Yusa Djuyandi berfokus kepada Komunikasi Politik Tim Pemenangan Hendra Hemedo Dalam Pemilihan Ketua DPD 11 Partai Golkar Kabupaten Gorontalo Periode 2016-2021 sedangkan peneliti berfokus pada Strategi Komunikasi Politik Calon Kepala Desa Dalam Memenangkan Pilkadaes Tahun 2022 di Desa

Kedondong Kecamatan Peninjauan. Adapun persamaan yang ditemukan yaitu sama-sama mengangkat fenomena strategi, kemudian pendekatan yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif serta penggunaan teori *Political Marketing* dalam komunikasi politik.

2.1.2. Strategi Komunikasi Politik Partai Perindo Sebagai Partai Pendetang Baru Menuju Pemilihan Umum 2019 (Study Kasus DPD Partai Perindo Kab. Bojonegoro)

Andrew A Danis (2018), melakukan penelitian tentang bagaimana Komunikasi Politik Partai Perindo Sebagai Partai Pendetang Baru Menuju Pemilihan Umum 2019 (Study Kasus DPD Partai Perindo Kab. Bojonegoro). Jenis Penelitian ini adalah Penelitian Kualitatif dengan Metode Deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah Partai Perindo didirikan oleh Hary Tanoesoedibjo pada 7 Februari 2015 adapun Strategi Komunikasi Politik di DPD Perindo Kabupaten Bojonegoro untuk memperoleh suara dalam pemilu 2019 yang akan datang adalah Pencitraan Politik Anggota dan Kader DPD Perindo Bojonegoro, Kegiatan Bakti Sosial serta Pendataan dan Distribusi KIP atau Kartu Indonesia Pintar. Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini adalah Penelitian terdahulu pada subjek penelitian yaitu penelitian terdahulu dilakukan pada subjek Partai Politik Perindo sedangkan penelitian ini dilakukan pada Calon Kepala Desa Kedondong. Adapun persamaan yang ditemukan yaitu sama-sama mengangkat fenomena strategi, kemudian pendekatan yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif serta penggunaan teori *Political Marketing* dalam komunikasi politik.

2.1.3. Komunikasi Politik Pada Pemilihan Kepala Desa Di Desa Segati Tahun 2021

Fitri Amelianti (2018), melakukan penelitian tentang bagaimana Komunikasi Politik Pada Pemilihan Kepala Desa Di Desa Segati Tahun 2021. Jenis Penelitian ini adalah Penelitian Kualitatif dengan Metode Deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah Komunikasi Politik yang digunakan Heri Sugiyarto adalah melalui ketokohan dan kelembagaan dilakukan untuk memudahkan komunikasi terhadap masyarakat pemilih sehingga menjadikan tokoh berpengaruh di Desa Segati menjadi bagian pemenangan, menciptakan kebersamaan dilakukan untuk menyusun pesan homofili pada masyarakat agar dapat menjatuhkan pilihannya kepada Heri Sugiyarto dan memilah dan memilih media hal ini dilakukan untuk menyampaikan visi dan misi program yang akan dilakukannya dan media yang digunakan Heri Sugiyarto adalah berkunjung langsung kerumah-rumah melalui komunikasi interpersonal dan saluran komunikasi massa Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini adalah Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada proses pelaksanaan pemilihan kepala desa. Penelitian terdahulu meneliti tentang Pemilihan Kepala Desa yang belum melakukan pemilihan

sedangkan penelitian ini mengenai pemilihan kepala desa yang sudah melakukan pemilihan kepala desa sehingga memperoleh hasil kemenangan. Adapun persamaan yang ditemukan yaitu sama-sama mengangkat fenomena strategi, kemudian pendekatan yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif serta penggunaan teori Anwar Arifin terkait Strategi dalam komunikasi politik.

Tabel 2.1.

Matriks Penelitian Terdahulu

No	Judul & Peneliti	Teori & Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Judul: Komunikasi Politik Tim Pemenangan Hendra Hemedo Dalam Pemilihan Ketua DPD 11 Partai Golkar Kabupaten Gorontalo Periode 2016-2021 Peneliti Yusa Djuyandi	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori O'Shaughnessy (<i>Political Marketing</i>) Jenis Penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kualitatif dengan menggunakan Metode Deskriptif	Kemenangan hendra hermeto menarik untuk dikaji terutama berkaitan dengan bagaimana pola komunikasi politik diri dan tim kampanye dalam musda partai golkar hasil analisis, maka dapat dikatakan bahwa keberhasilan hendra hemeto tidak lepas dari pengelolaan komunikasi politik yang baik terutama oleh tim kampanye dirinya.	Perbedaan yang dimiliki dari penelitian yaitu Yusa Djuyandi berfokus kepada Komunikasi Politik Tim Pemenangan Hendra Hemedo Dalam Pemilihan Ketua DPD 11 Partai Golkar Kabupaten Gorontalo Periode 2016-2021 sedangkan peneliti berfokus pada Strategi Komunikasi Politik Calon Kepala Desa Dalam Memenangkan Pilkades Tahun 2022 di Desa Kedondong	Sama-sama menggunakan teori O'Shaughnessy (<i>Political Marketing</i>)

				Kecamatan Peninjauan	
2.	Judul : Strategi Komunikasi Politik Partai Perindo Sebagai Partai Pemandang Baru Menuju Pemilihan Umum 2019 (Study Kasus DPD Partai Perindo Kab. Bojonegoro) Peneliti Andrew A Danis	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori O'Shaughnessy (<i>Political Marketing</i>) Jenis Penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kualitatif dengan menggunakan Metode Deskriptif	Partai Perindo didirikan oleh Hary Tanoesoedibjo pada 7 Februari 2015 adapun Strategi Komunikasi Politik di DPD Perindo Kabupaten Bojonegoro untuk memperoleh suara dalam pemilu 2019 yang akan datang adalah Pencitraan Politik Anggota dan Kader DPD Perindo Bojonegoro, Kegiatan Bakti Sosial serta Pendataan dan Distribusi KIP atau Kartu Indonesia Pintar.	Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini adalah Penelitian terdahulu pada subjek penelitian yaitu penelitian terdahulu dilakukan pada subjek Partai Politik Perindo sedangkan penelitian ini dilakukan pada Calon Kepala Desa Kedondong	Adapun persamaan yang ditemukan yaitu sama-sama mengangkat fenomena strategi, kemudian pendekatan yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif serta penggunaan teori <i>Political Marketing</i> dalam komunikasi politik.
3.	Judul: Komunikasi Politik Pada Pemilihan Kepala Desa Di Desa Segati Tahun 2021	Teori yang digunakan Anwar Arifin terkait Strategi dalam komunikasi politik.	Komunikasi Politik yang digunakan Heri Sugiyarto adalah melalui ketokohan dan kelembagaan dilakukan untuk memudahkan komunikasi terhadap	Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada proses pelaksanaan pemilihan kepala desa. Penelitian	Adapun persamaan yang ditemukan yaitu sama-sama mengangkat fenomena strategi, kemudian pendekatan

	Peneliti : Fitri Amelianti	Jenis Penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kualitatif dengan menggunakan Metode Deskriptif	masyarakat pemilih sehingga menjadikan tokoh berpengaruh di Desa Segati menjadi bagian pemenangan, menciptakan kebersamaan dilakukan untuk menyusun pesan homofili pada masyarakat agar dapat menjatuhkan pilihannya kepada Heri Sugiyarto dan memilah dan memilih media hal ini dilakukan untuk menyampaikan visi dan misi program yang akan dilakukannya dan media yang digunakan Heri Sugiyarto adalah berkunjung langsung kerumah-rumah melalui komunikasi interpersonal dan saluran komunikasi massa	terdahulu meneliti tentang Pemilihan Kepala Desa yang belum melakukan pemilihan sedangkan penelitian ini mengenai pemilihan kepala desa yang sudah melakukan pemilihan kepala desa sehingga memperoleh hasil kemenangan.	yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif serta penggunaan teori Anwar Arifin terkait Strategi dalam komunikasi politik.
--	----------------------------	---	---	--	--

2.2. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicare* yang berarti membuat sama. Kemudian kata tersebut berkembang dalam bahasa inggris *communication* yang artinya proses pertukaran informasi, konsep, ide, gagasan, perasaan dan lain-lain antara dua orang atau lebih.

Secara sederhana dapat dikemukakan pengertian komunikasi ialah proses pengiriman pesan atau simbol-simbol kepada penerima dengan tujuan tertentu.(Suranto 2010:2).

Definisi komunikasi kemudian dikembangkan bersama dengan Laurence D. Kincaid sehingga melahirkan suatu definisi yang lebih baru yang dikutip oleh Hafield Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi yang menyatakan bahwa “Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui proses tertentu sehingga tercapai apa yang dimaksudkan atau diinginkan oleh kedua belah pihak”. Di dalam komunikasi terkandung maksud atau tujuan yang jelas antara si pengirim pesan (komunikator) dengan si penerima yang jelas antara si pengirim pesan (komunikator) dengan si penerima pesan (komunikan). Maksud dan tujuan yang jelas antara kedua belah pihak akan mengurangi penggunaan gangguan atau ketidakjelasan, sehingga komunikasi yang terjadi akan berjalan dengan efektif. Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.

Cangara (2017:17) mengatakan bahwa komunikasi hanya bisa disebut suatu Komunikasi apabila memiliki unsur-unsur pendukung yang membangun, yakni: Sumber, Pesan, Media, Penerima, Pengaruh, Tanggapan Balik, dan Lingkungan.

Fungsi adalah potensi yang digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Secara klasik fungsi komunikasi pada dasarnya ditujukan untuk memberi informasi, menghibur, mendidik, dan membentuk opini publik. Harold. D. Lasswell dalam Cangara, (2017:59) mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain: Masyarakat mengontrol lingkungannya, Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada, dan Melakukan pengiriman warisan sosial kepada generasi berikutnya .

David K. Berlo dalam Deddy Mulyana (2007:162) menyebut komunikasi sebagai instrumen interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat. Selain itu ada beberapa pihak mengatakan bahwa komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Maka dari itu sangat diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antarmanusia, baik itu seseorang pengusaha, guru, karyawan atau politisi. Sebab berkomunikasi dengan baik akan memberi pengaruh langsung pada struktur keseimbangan

seseorang dalam bermasyarakat. Oleh karena itu, keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mencapai tujuan atau sesuatu yang dinginkanditentukan oleh kemampuannya berkomunikasi.

Pada hakikatnya proses penyelenggaraan pemilu, baik itu tingkat daerah maupun desa yang telah berlangsung atau pun dalam proses merupakan suatu proses komunikasi politik yang intensif baik secara vertikal maupun herizontal. Komunikasi politik yang disampaikan oleh Dahlan dalam Cangara (2017:29) ialah suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik

Selanjutnya McNair dalam bukunya *Introduction to Political Communication*, mengatakan bahwa komunikasi politik adalah murni membicarakan tentang alokasi sumber daya publik yang memiliki nilai, apakah itu nilai kekuasaan atau nilai ekonomi, petugas yang memiliki kewenangan dan keputusan dalam pembuatan undang-undang atau aturan, apakah itu legislatif atau eksekutif, serta sanksi-sanksi, apakah itu dalam bentuk hadiah atau denda. McNair dalam Cangara (2017:30) Komunikasi politik secara umum dapat dimaknai dalam kerangka politik sebagai upaya peran atau aktor dalam mencapai tujuan. Berpolitik pada dasarnya adalah berkomunikasi. Menurut Littlejohn di dalam komunikasi terdapat level atau tingkatan komunikasi yaitu komunikasi interpersonal (antarpribadi), komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa.

Berdasarkan level komunikasi dalam penelitian ini, dimana permasalahan berawal dari konsep pribadi, berarti komunikasi merupakan suatu pokok dasar bagi seseorang untuk berinteraksi atau berhubungan dengan lawan bicara atau komunitas. Maka dalam penelitian ini landasan awal komunikasi yang diterapkan calon kepala desa adalah pada komunikasi antarpribadi atau lebih dikenal komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah suatu proses komunikasi tatap muka yang berlangsung antara dua orang atau lebih, seperti pernyataan R. Wayne Pace bahwa “interpersonal communicationi involving two or more people in a face to face setting”(Cangara,2017:36). landasan dasar proses komunikasi politik tak bisa lepas dari komunikasi interpersonal, apalagi bagi masyarakat pedesaan yang masih menggunakan pesan politik melalui komunikasi tradisional. Dalam konteks ini, komunikasi yang paling efektif adalah dengan menggunakan pendekatan-pendekatan interpersonal secara langsung kepada masyarakat dan tokoh-tokoh lokal untuk mencapai keberhasilan dalam pemilihan calon bagi pemilih

Selanjutnya Plano (dalam Mulyana, 2007:29) melihat bahwa “ komunikasi politik merupakan proses penyebaran, makna atau pesan yang bersangkutan dengan fungsi suatu sistem politik”. Ini merupakan sebuah tantangan keberhasilan partai politik, dan tim suksesnya untuk mengunggul calonnya sangat ditentukan oleh kemampuannya melihat tingkat atraktivitas dan akseptabilitas calon tersebut di mata masyarakat. Peranan komunikasi politik dibutuhkan untuk melihat dampak dan hasil yang bersifat politik.

Oleh sebab itu, seorang pemimpin politik dalam menyampaikan pesan-pesan politik pada khalayak harus benar-benar mempertimbangkan ketepatan komunikasi meliputi: Alat atau sarana komunikasi, Isi pesan (informasi), dan Audiens penerima pesan

Hubungan sumber (komunikator) dan khalayak (penerima) dikemukakan oleh Berlo yang terkenal dengan Model SMCR (Source, Message, Channel, Receiver) seperti yang dikutip oleh Mulyana (2007:162) bahwa sumber dan penerima pesan dipengaruhi oleh faktor-faktor”. Keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial dan budaya.

Komunikasi politik yang dilakukan para pemimpin politik termasuk calon kepala desa memerlukan kesetaraan antara komunikator dengan komunikan dalam menyampaikan pesan (isi komunikasi, wacana) melalui saluran (channel) yang tepat. Oleh sebab itu, seorang komunikator yang baik harus bisa memahami audiens sesuai dengan; latar belakang pendidikan, pengetahuan dan wawasannya agar benar-benar komunikatif.

Lord Windlesman dalam Effendy (2008:158) dalam karyanya, *What Is Political Communication* mendefinisikan komunikasi politik adalah suatu penyampaian pesan politik yang secara sengaja dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan membuat komunikasi berperilaku tertentu. Selanjutnya Windlesman memperjelas bahwa sebelum suatu pesan politik dapat di konstruksikan untuk disampaikan kepada komunikan dengan tujuan mempengaruhinya, di situ harus terdapat keputusan politik yang dirumuskan berdasarkan berbagai pertimbangan.

Untuk menghindari kajian komunikasi politik itu tidak hanya bicara tentang kekuasaan, maka Doris Graber dalam tulisannya *Political Language* menyatakan bahwa komunikasi politik tidak hanya retorika, tetapi juga mengenai simbol-simbol, bahasa, seperti bahasa tubuh serta tindakan-tindakan politik, seperti protes dan unjuk rasa. (Cangara, 2017:30).

Secara jelas, komunikasi politik merupakan suatu proses pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok

kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target.

Dari beberapa pengertian yang telah dijelaskan, maka komunikasi politik dapat diartikan sebagai suatu proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik. Faktor inilah yang membedakan dengan disiplin komunikasi lainnya, perbedaan itu terletak pada isi pesan. Artinya komunikasi politik memiliki pesan yang bermuatan politik, sementara komunikasi pendidikan memiliki pesan yang bermuatan masalah-masalah pendidikan. Jadi untuk membedakan antara satu disiplin dengan disiplin lainnya dalam studi ilmu komunikasi, terletak pada sifat atau isinya.

2.3.Strategi Kampanye Politik

Istilah strategi berasal dari Yunani, strategi yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (pemimpin). Istilah strategi dipakai dalam konteks militer sejak zaman Yunani-Romawi sampai zaman industrialisasi. Kemudian istilah strategi berkembang ke berbagai aspek kegiatan masyarakat termasuk dalam bidang komunikasi, politik, dan komunikasi politik.

Menurut Onong Uchjana Effendi (2008:29) strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut diperlukan strategi komunikasi yang bisa menunjukkan secara taktis operasionalnya, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda-beda sewaktu-waktu dan tergantung kepada situasi dan kondisi. Sedangkan menurut Hafied Cangara (2017:61) mengatakan strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pada pengaruh yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Maka dari dua definisi strategi komunikasi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi ialah sebuah perencanaan atau cara yang dipergunakan untuk mencapai sebuah tujuan komunikasi.

Penguasaan komunikasi harus diikuti dengan penggunaan strategi yang tepat agar proses komunikasi tersebut dapat berlangsung dengan efektif. Begitu juga pada komunikasi politik penerapan strategi komunikasi politiknya harus diikuti dengan strategi komunikasi yang ada, karena pada hakikatnya strategi komunikasi merupakan kombinasi fungsi manajemen dan unsur-unsur komunikasi. Strategi komunikasi politik merupakan implementasi strategi

komunikasi yang mengandung unsur perencanaan dan manajemen diaplikasikan di dalam aktivitas politik termasuk dalam peristiwa pemilihan kepala desa (Pilkades).

Strategi komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan tentang tindakan yang akan dijalankan saat ini, guna mencapai tujuan politik pada masa depan. Menurut Anwar Arifin (2011:235) terdapat tiga strategi komunikasi politik, yaitu: Ketokohan dan Kelembagaan

Langkah pertama dalam membangun strategi komunikasi politik adalah merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan. Pada hakikatnya, suatu strategi dalam komunikasi politik adalah keseluruhan kondisional tentang tindakan yang dijalankan saat ini untuk mencapai tujuan politik pada masa depan. Artinya, ketokohan seorang politikus dan kemantapan lembaga politiknya dalam masyarakat akan memiliki pengaruh tersendiri dalam komunikasi politik. Namun tidak hanya itu, juga diperlukan kemampuan dan dukungan lembaga dalam menyusun pesan politik, menetapkan metode dan memilih media politik yang tepat. Hal itu penting dalam pemilihan umum ataupun pada pemilihan kepala desa upaya memenangkan kompetisi dalam pengambilan keputusan politiknya.

Rahmat dalam Anwar Arifin (2011:236) ketokohan adalah orang yang memiliki kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan. Sedangkan menurut Nimmo orang ketokohan disebut sebagai pahlawan politik. Dengan demikian pahlawan politik memiliki daya tarik tersendiri, yang dalam proses komunikasi politik sangat penting untuk mempengaruhi khalayak terutama calon pemilih.

Oleh karena itu merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan politiknya merupakan keputusan strategi yang paling tepat bagi komunikator politik untuk mencapai tujuan politik kedepan, terutama memenangkan pemilihan dan mendapatkan hak suara. Ketika komunikasi politik berlangsung, yang berpengaruh bukan pesan politik saja, melainkan tokoh politik (politikus), dan dari lembaga-lembaga mana yang menyampaikan pesan politik itu. Oleh sebab itu, ketokohan seorang komunikator politik dan lembaga politik yang mendukungnya sangat menentukan berhasil atau tidaknya komunikasi politik mencapai sasaran dan tujuannya. Karena dalam komunikasi politik khalayak akan melihat dan memperhatikan siapa (tokoh politik) ketimbang apa (pesan politik) yang disampaikan, artinya khalayak akan tertarik pada tokoh politiknya dibanding isi pesan. Hal itu menunjukkan bahwa ketokohan adalah hal yang sangat utama dalam komunikasi politik.

Faktor kredibilitas ketokohan seseorang tokoh pun sangat dipertimbangkan untuk menarik simpati khalayak. Kredibilitas ialah seperangkat persepsi khalayak tentang sifat-sifat

komunikator, sehingga sesungguhnya kredibilitas tidak melekat dalam diri komunikator, tetapi melekat pada diri komunikan. Menurut Hovland dan Wiss dalam Anwar Arifin (2011:237) menjelaskan bahwa kredibilitas terdiri dari dua komponen, yaitu keahlian dan dapat dipercaya. Sedangkan Berlo dalam Anwar Arifin (2011:237) menjelaskan kredibilitas itu ialah seseorang bisa timbul jika memiliki: 1. keterlampiran berkomunikasi, 2. pengetahuan yang luas tentang substansi yang disampaikan, 3. sikap jujur dan bersahabat, 4. mampu beradaptasi dengan sistem sosial budaya.

Selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah keahlian. Keahlian adalah kesan yang terbentuk dibenak khalayak tentang kemampuan politikus, aktivis, atau profesional sebagai komunikator politik dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan maupun ditulis. Sehingga dengan hal ini membuat politikus, aktivis, dan profesional dengan mudah mendapatkan citra diri yang baik sebagai orang yang cerdas, berakhlak, berpengalaman dan terlatih.

Selain merawat ketokohan, langkah strategi utama yang harus dilakukan adalah memantapkan kelembagaan. Hal itu begitu penting sebagai faktor yang mendasar dalam komunikasi politik, terutama yang berkaitan dengan kampanye dan pemberian suara dalam pemilihan kepala desa maupun pada pemilihan umum Menciptakan kebersamaan.

Langkah strategi komunikasi politik selanjutnya adalah menciptakan kebersamaan antara politikus dan khalayak (rakyat atau pemilih) dengan cara mengenal khalayak dan menyusun pesan yang homofili. Suasana homofili yang harus diciptakan adalah persamaan bahasa (simbol komunikasi), persamaan suku dan agama, dan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama pada pesan politik, begitu juga pada metode dan media politik. Sehingga yang paling penting ialah siapa tokoh atau komunikator yang melakukan komunikasi dengan khalayak, artinya politikus telah memiliki persamaan dengan khalayaknya.

Setelah memahami khalayak, selanjutnya menyusun pesan-pesan politik. Hal yang pertama diperhatikan dalam menyusun pesan politik adalah yang bersifat persuasif yaitu menentukan tema dan materi yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. Syarat utama pesan politik tersebut harus mampu membangkitkan perhatian masyarakat.

Dalam pelaksanaan komunikasi politik dalam peristiwa pilkades, calon dapat melakukan strategi, yakni: Komunikasi Interpersonal (komunikasi tatap muka)

Komunikasi antarpribadi ini ialah komunikasi langsung dengan masyarakat pemilih. Menurut Sya'diyah (2013:19) komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau bahkan terjadi dalam komunitas kecil. Komunikasi ini sering digunakan dalam kehidupan sosial, seperti sharing, menyelesaikan masalah, membuat keputusan, dan melakukan tindakan. Menurut Tabroni (2014:40) komunikasi interpersonal tergolong komunikasi yang tradisional. Namun sampai saat ini, sesungguhnya tidak ada yang dapat menggantikan fungsi komunikasi manusia yang dinamis dan memiliki kelebihan pada aspek pendekatan humanitas Pembentukan Jaringan (*Networking*).

Pembentukan jaringan dimaksudkan untuk mengefektifkan komunikasi agar sampai ke segala arah sehingga informasi yang ditujukan kepada masyarakat pemilih. Hal ini, pola pembentukan tim sukses untuk memperkuat jaringan tersebut. Kegiatan Sosial Kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat secara langsung dapat mendekatkan hubungan antara calon kepala desa dengan warga (pemilih) Memilah dan Memilih Media.

Penggunaan media dalam komunikasi politik, perlu dipilah dan dipilih dengan cermat untuk menyampaikan dengan kondisi dan situasi khalayak, dengan memperhatikan sistem komunikasi politik di suatu negara dan bangsa. Media merupakan ekstensi perpanjangan indera manusia, seperti halnya media hanya diperlukan untuk berkomunikasi jarak jauh dibandingkan untuk berkomunikasi jarak dekat atau tatap muka media ini tidak diperlukan. Khususnya untuk berkomunikasi jarak jauh dengan orang banyak, maka memerlukan media massa atau media interaktif.

Faktor komunikasi politik, seluruh media dapat digunakan karena tujuannya adalah untuk membentuk dan membina pendapat umum sekaligus untuk mempengaruhi pemberian suara pemilih terhadap calon pada saat pemilihan. Dengan demikian penggunaan media itu dilihat berdasarkan kebutuhan atau tersedia itu tergantung pada kebutuhan atau kemampuan khalayak menerima dan mencerna pesan-pesan politik yang akan disampaikan. Artinya seleksi media didasarkan pada kemampuan, kebutuhan, dan kepentingan serta lokasi khalayak yang dijadikan sasaran komunikasi politik. Dalam menyampaikan komunikasi politik para komunikator politik menggunakan saluran komunikasi politik yang memiliki kemampuan menjangkau masyarakat.

Menurut Nimmo (2005:168) ada tiga tipe saluran komunikasi politik, yaitu: Pertama, menggunakan saluran komunikasi massa, ada dua bentuk saluran komunikasi massa berdasarkan tingkat langsungnya komunikasi satu-kepada-banyak. Bentuk pertama melalui

komunikasi tatap muka seperti seorang calon politik berbicara didepan rapat umum. Sedangkan bentuk kedua terjadi jika ada perantara ditempatkan di antara komunikator dan khalayak, disini media maupun alat komunikasi lainnya turut serta.

Kedua, saluran yang digunakan adalah komunikasi interpersonal, merupakan bentuk komunikasi dari hubungan satu-kepada-satu. Saluran ini berbentuk tatap muka maupun berperantara. Adapun contoh dari bentuk saluran interpersonal atau tatap muka ini ialah seorang calon atau kandidat lokal yang melakukan kunjungan dari rumah ke rumah. dan yang ketiga ialah menggunakan bentuk saluran komunikasi organisasi, saluran ini adalah menggabungkan penyampaian satu-kepada-satu dan satu-kepada-banyak. Seperti menggunakan sarana untuk komunikasi yang berperantara di dalam organisasi yaitu pengedaran memorandum.

Selanjutnya ada tiga tipe komunikasi persuasif menurut Nimmo (2005:195) sebagai berikut: Kampanye Massa. yaitu proses penyampaian pesan persuasif melalui media massa yang pesannya berisi program, asas, dan platform partai politik yang dilakukan komunikator kepada calon pemilih Kampanye Interpersonal adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan melalui media massa dan juga melibatkan komunikasi tatap muka maupun komunikasi berperantara. Yang pertama melalui penampilan pribadi yang dilakukan calon atau kandidat melalui istrinya, kerabat dekat, dan juru bicara dalam setting yang relatif informal. Kedua membina itikad baik kepada tokoh-tokoh lokal. Dan yang ketiga ada orang-orang dengan sukarela membantu dan melakukan anjangsano selama kampanye : mereka mengunjungi setiap rumah untuk disetiap seksi kepentingan calon atau kandidat Kampanye organisasi.

Adalah proses penyampaian pesan persuasif yang berupa program dan pembagian kekuasaan partai politik yang dilakukan komunikator politik kepada kader, dan anggota dalam satu organisasi yang di usung oleh partai sesuai peta politiknya.

2.4. Desa

Desa merupakan kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-bataswilayah yurisdiksi, berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentinganmasyarakat setempat berdasarkan asal usul dan adat istiadat setempat yang diakuiatau dibentuk dalam sistem pemerintahan nasional berada dikabupaten atau kota, sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Landasan pemikiran dalam pengaturan mengenai

desa adalah partisipasi, otonomi asli, demokratisasi, dan pemberdayaan masyarakat (Haw.Widjaja, 2002:148).

Undang-undang ini mengakui adanya otonomi yang dimiliki oleh desadengan sebutan lainnya dan kepala desa melalui pemerintah Desa dapat diberikan penugasan ataupun pendelegasian dari pemerintahan daerah untuk melaksanakan pemerintahan daerah tertentu. Sementara itu, terhadap desa diluar desa geneologis yaitu desa yang bersifat administratif seperti desa yang dibentuk karena pemekaran desa ataupun karena transmigrasi ataupun karena alasan lain yang warganya pluralistis, majemuk atau heterogen, maka otonomi desa akan memberikan kesempatan untuk tumbuh dan berkembang mengikuti perkembangan dari desa itu sendiri.

Sebagai perwujudan demokrasi, dalam penyelenggaraan pemerintah desa dibentuk badan permusyawaratan desa (BPD) atau sebutan lain yang sesuai dengan budaya yang berkembang didesa yang bersangkutan yang berfungsi sebagai lembaga pengaturan didalam penyelenggaraan pemerintahan desa, seperti dalam pembuatan dan pelaksanaan peraturan desa, dan keputusan kepala desa. Didesa dibentuk lembaga kemasyarakatan sebagai mitra pemerintah desa dalam memberdayakan masyarakat desa.

Kepala desa pada dasarnya bertanggung jawab kepada rakyat desa yang dalam tata cara dan prosedurnya pertanggung jawabannya disampaikan kepada bupati atau wali kota melalui camat. Kepala Badan Permasyarakatan Desa, kepala desa wajib memberikan keterangan laporan pertanggung jawabannya kepada rakyat, menyampaikan informasi pokok-pokok pertanggung jawabannya, namun harus tetap memberi peluang kepada masyarakat melalui Badan Permasyarakatan desa untuk menanyakan dan atau menerima keterangan lebih lanjut terhadap hal-hal yang bertalian dengan pertanggung jawaban yang dimaksud.

Pengaturan lebih lanjut mengenai desa seperti pembentukan, penghapusan, penggabungan, perangkat pemerintahan desa, keuangan desa, dan lain-lain sebagaimana dilakukan oleh kabupaten dan kota yang ditetapkan dalam peraturan daerah mengacu pada pedoman peraturan yang telah ditetapkan pemerintah

Implementasi kewenangan Desa di tinjau dari perspektif implementasi sebagai interaksi (implementation as interaction), sesungguhnya bukanlah sebuah proses yang berjalan linier, melainkan sebuah siklus yang saling berhubungan satu dengan lainnya. Namun yang terjadi pola interaksi semi reciprocal mendominasi hubungan antara Pemdes dengan berbagai policy stakeholders yang terlibat dalam implementasi kewenangan desa. Semi reciprocal interaction

terjadi antara Pemdedengan BPD. Hal ini terjadi karena BPD belum memahami job discription sesungguhnya.

Otonomi Desa adalah otonomi asli, yang memiliki makna bahwa kewenangan Pemerintah Desa dalam mengatur dan mengurus masyarakat setempat didasarkan atas hak asal usul dan nilai-nilai sosial budaya yang terdapat pada masyarakat setempat namun harus diselenggarakan dalam perspektif administrasi Pemerintahan Negara yang selalu mengikuti perkembangan zaman(Haw Widjaja).

Pelaksanaan Otonomi Desa berikut dengan pengakuan segala hak Otonomiyang dimilikinya merupakan salah satu bentuk langkah serius dalam memenuhi amanah UU No. 32 Tahun 2004 pasal 1 ayat 12, sebagai revisi atas Undang undang Nomor 22 tahun 1999. Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan menguruskepentingan masayarakat setempat, berdasarkan asal usul dan adat istiadat tsetempat yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Kebijakan pengembangan Otonomi Desa merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kebijakan umum pembangunan pemerintah Kabupaten atau Kota Provinsi dan Nasional yang telah dituangkan dalam berbagai dokumen perencanaan baik jangka panjang, jangka menengah maupun jangka pendek. Karena otonomi desa merupakan otonomi yang berdasarkan asal usul dan adat istiadat masyarakat setempat yang dihasilkan dari interaksi antar individu dalam masyarakat dalam kenyataannya pasti akan timbul keanekaragaman dari penataan Desa, tata kehidupan masyarakat dan potensi desa, susunan pemerintahan, maupun tatanan pemerintahan yang sangat dipengaruhi oleh keanekaragaman asal usul dan adat istiadat masyarakatnya. Oleh karena itu, dalam waktu yang bersamaan perlu pula dikembangkan program untuk lebih meningkatkan keterlibatan secara langsung seluruh sumber daya manusia potensial yang ada didesa dalam perencanaan, pelaksanaan,dan pengawasan pembangunan seperti para pelaku ekonomi, tenaga-tenaga potensial, lembaga kemasyarakatan desa seperti PKK, LKMD, karang taruna, tokoh masyarakat, pemangku adat dan tokoh-tokoh agama.

Menurut Haw Widjaja (2002:88) desa adalah suatu wilayah yang ditempati oleh sejumlah penduduk sebagaimana sebagai kesatuan masyarakat termasuk didalamnya satuan masyarakat hukum yang mempunyai organisasi pemerintahan terendah dibawah Camat dan berhak menyelenggarakan rumah tangganya sendiri dalam ikatan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Undang-undang No 32 Tahun 2004, menetapkan bahwa desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat berdasarkan asal-usul dan adat istiadat setempat yang diakui dalam sistem pemerintahan Nasional dan berada di daerah kabupaten. "Mengatur" di atas mengandung arti bahwa kewenangan membuat kebijakan yang bersifat mengatur, sedangkan "mengurus" artinya kewenangan membuat aturan pelaksanaan. Kesatuan masyarakat hukum yang memiliki kewenangan mengurus dan mengatur kepentingannya sendiri berarti kesatuan masyarakat hukum tersebut memiliki mempunyai otonomi. Hanya saja otonomi desa bukan otonomi formal seperti yang dimiliki pemerintah provinsi atau kabupaten kota, tapi otonomi berdasarkan asal-usul dan adat istiadat. Otonomi berdasarkan asal usul dan adat istiadat setempat adalah otonomi yang telah dimiliki sejak dulu kala dan telah terjadi adat istiadat yang melekat dalam masyarakat desa yang bersangkutan (Hanif Nurcholis, 2011:64)

Menurut Undang-Undang No 32 Tahun 2004 pasal 28 disebutkan tugas dan kewajiban Kepala Desa dalam memimpin penyelenggaraan pemerintah Desa diatur lebih lanjut dengan Perda, berdasarkan peraturan pemerintah. Kewenangan Desa menurut Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah adalah sebagai berikut: Kewenangan yang sudah ada berdasarkan hak asal usul, Tugas pembantuan dari Pemerintah dan Pemerintah Daerah, Urusan pemerintah yang menjadi kewenangan Kabupaten/kota yang diserahkan pengaturan kepada Desa dan Urusan pemerintahan lainnya yang oleh peraturan perundang-undangan yang diserahkan kepada Desa.

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 menegaskan bahwa Desa atau yang disebut dengan Nama lain adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat berdasarkan asal-usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam Sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas, sangat jelas bahwa Desa memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus kepentingan warganya dalam segala aspek kehidupan Desa, baik dalam bidang pelayanan, pengaturan maupun pemberdayaan masyarakat. Dalam hubungannya dengan otonomi desa tersebut, Clive Day (Hanif Nurcholis) menjelaskan bahwa desa mempunyai otonomi dibidang bisnis, peradilan penduduk, dan tawar menawar masalah pajak dengan penguasa di atasnya.

2.5. Pemilihan Kepala Desa

Pemilihan Kepala Desa atau seringkali disebut pilkades secara langsung dipilih oleh warga desa setempat, kepala desa merupakan jabatan yang dapat diduduki oleh warga biasa. Pilkades dilakukan dengan cara memilih warga yang sudah mendaftar sebelum dilaksanakan. Menurut Sosialismanto, 2001:191 “pemilihan kepala desa adalah pesta rakyat dimana pemilihan kepala desa dapat diartikan sebagai suatu kesempatan untuk menampilkan orang-orang yang dapat melindungi kepentingan masyarakat desa”.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pilkades merupakan pesta rakyat yang dipilih langsung oleh masyarakat. Dimana kesempatan tersebut dapat menjadi wadah untuk aspirasi untuk masa depan rakyat. Dalam rangka perwujudan prinsip demokrasi, maka Kepala Desa dipilih langsung oleh dan dari penduduk desa warga Negara Republik Indonesia yang telah memenuhi persyaratan dengan masa jabatan 6 (enam) tahun dan dapat dipilih kembalinya untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya. Pemilihan Kepala Desa dalam kesatuan masyarakat hukum adat beserta hak tradisionalnya sepanjang masih hidup dan diakui keberadaannya berlaku ketentuan hukum adat setempat, yang diterapkan dalam Peraturan Daerah dengan pedoman pada Peraturan Pemerintah. Calon Kepala Desa yang memperoleh suara terbanyak dalam pemilihan kepala desa, ditetapkan sebagai kepala desa dan dilantik oleh Bupati/Walikota paling lambat 30 (tiga puluh) hari setelah pemilihan dan sebelum memangku jabatannya, kepala desa sumpah/janji terlebih dahulu.

(Pasal 203,204, 205 UU No. 32 Tahun 2004) Pemilihan Kepala Desa dilaksanakan melalui 2 tahap, sebagai berikut: 1.Tahap Pencalonan Pada tahap ini Panitia Pemilihan Kepala desa melakukan kegiatan sebagai berikut: Mengumumkan kepada masyarakat desa tentang akan diselenggarakannya pemilihan kepala desa, Melakukan pendaftaran pemilih terhadap penduduk desa Warga Negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara, sudah berumur 17 (tujuh belas) tahun atau suda/pernah kawin, Mengumumkan kepada penduduk desa tentang pendaftaran bakal calon kepala desa beserta persyaratan-persyaratannya, Menyusun jadwal (time schedule) penyelenggaraan pemillihan kepala desa sesuai dengan tahapan pemilihan, Menyusun rencana biaya penyelenggaraan pemilihan kepala desa dan mengajukannya kepada BPD, Merancang tempat pemungutan suara, Mempersiapkan administrasi penyelenggaraan pemilihan kepala desa, Menerima pendaftaran bakal calon kepala desa, Melaksanakan penjaringan dan penyaringan bakal calon kepala desa sesuai persyaratan dengan melakukan pemeriksaan identitas bakal calon berdasarkan persyaratan

yang ditentukan, Menetapkan bakal calon kepala desa yang telah memenuhi persyaratan sebagai calon kepala desa dan melaporkan calon kepala desa tersebut kepada Bupati/Walikota, Mengumumkan calon kepala desa yang berhak dipilih kepada masyarakat di tempat-tempat yang terbuka sesuai dengan kondisi sosial budaya masyarakat setempat, Menyiapkan surat undangan bagi penduduk yang berhak memilih, Menyiapkan kartu suara dan kotak suara serta perlengkapan lainnya dalam rangka pemungutan suara dan perhitungan suara, dan Melaksanakan pengundian tanda gambar calon kepala desa, yang dilakukan dihadapan para calon kepala desa dengan disaksikan oleh para Pejabat Kecamatan, Kabupaten/Kota, dan Perangkat Desa, BPD, serta tokoh-tokoh masyarakat.

Pada tahapan pemilihan dilaksanakan kegiatan-kegiatan sebagai berikut: Kampanye Calon Kepala Desa Pelaksanaan kampanye dapat dilakukan sekurang-kurangnya delapan hari menjelang hari pemungutan suara, dan ketentuan selama-lamanya 6 hari masa kampanye diikuti masa tenang selama 2 hari. Panitia Pemilihan Kepala Desa menyusun jadwal kampanye masing-masing calon kepala desa, sehingga tidak terjadi “bentrok” tempat dan waktu kampanye para calon kepala desa. Panitia Pemilihan Kepala Desa mengirimkan undangan untuk memberikan suaranya pada waktu dan tempat diselenggarakannya pemungutan suara, kepada penduduk yang terdaftar dalam daftar pemilih. Panitia pemilihan mempersiapkan Tempat Pemungutan Suara, pada tempat yang telah ditetapkan, beserta seluruh perlengkapan pemungutan suara. Guna menjaga keamanan dan ketertiban pada saat di laksanakan pemungutan suara, panitia pemilihan dapat meminta bantuan keamanan dari Aparat Keamanan (POLRI), Pemungutan suara dilaksanakan oleh Panitia Pemilihan pada hari dan tempat yang telah ditetapkan, secara LUBER jujur dan adil dengan dihadiri oleh para calon dan saksi yang mewakili calon serta diawasi oleh pejabat. Pemungutan suara dianggap sah apabila pemilih yang hadir untuk memberikan suaranya memenuhi jumlah quorum yaitu $\frac{2}{3}$ dari jumlah daftar pemilih. Perhitungan suara pemilihan Kepala Desa dilaksanakan oleh Panitia Pemilihan segera, setelah berakhirnya pemungutan suara dengan disaksikan oleh calon dan/atau wakilnya serta diawasi oleh pejabat. Apabila terjadi perbedaan pendapat mengenai sah atau tidak sahnya suara diantara para saksi, maka keputusan ditentukan oleh panitia pemilihan. Calon kepala desa yang memperoleh dukungan terbanyak dinyatakan sebagai calon kepala desa terpilih, apabila terdapat dua calon atau lebih yang mendapatkan suara terbanyak sama, maka dilakukan pemilihan ulang selambat lambatnya 30 hari setelah perhitungan suara. Calon kepala desa terpilih dituangkan dalam berita acara pemilihan yang dibuat oleh Panitia Pemilihan dan dilaporkan kepada BPD, selambat-lambatnya dua hari setelah perhitungan suara. Berdasarkan

laporan dan berita acara pemilihan tersebut, BPD membuat keputusan BPD tentang Penetapan Calon Kepala Desa Terpilih. Keputusan BPD tentang penetapan Kepala Desa Terpilih tersebut disampaikan kepada Bupati melalui Camat untuk disahkan menjadi Kepala Desa Terpilih selambat-lambatnya tiga hari sejak ditetapkan Bupati/Walikota menerbitkan Keputusan Bupati/Walikota tentang Pengesahan Pengangkatan Kepala Desa Terpilih, paling lama 15 hari terhitung tanggal diterimanya penyampaian hasil pemilihan dari BPD. Kepala desa terpilih dilantik oleh Bupati/Walikota paling lama 15 hari terhitung tanggal penerbitan Keputusan Bupati/Walikota. Pelantikan Kepala Desa dapat dilaksanakan di Desa bersangkutan di hadapan masyarakat. Sebelum memangku jabatannya Kepala Desa mengangkat sumpah/janji.

2.6. Teori Penelitian

Teori Empati dan Teori Homofili dikemukakan oleh Berlo (1960), Daniel Lerner (1978), Everet M. Rogers & F Shoemaker (1971). Teori ini beranggapan bahwa komunikasi politik akan berhasil jika sukses memproyeksikan diri ke dalam sudut pandang orang lain. Hal ini erat sekali hubungannya dengan citra diri si komunikator politik dalam menyesuaikan suasana pikirannya dengan alam pikiran masyarakat. Teori komunikasi politik ini juga mengatakan bahwa komunikasi yang dibangun atas kesamaan (homofili) akan lebih lancar dan efektif dari pada didasarkan oleh ketidaksamaan (derajat, usia, ras, agama, ideologi, visi dan misi, simbol politik, doktrin politik, dan lain-lain).

Aplikasi teori ini yaitu dalam bentuk komunikasi interpersonal, hubungan kemanusiaan, persuasi atau bujukan. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa komunikasi politik akan berhasil jika sukses menempatkan diri ke dalam sudut pandang orang lain dan dibangun atas kesamaan (homofili) akan lebih lancar dan efektif dari pada didasarkan pada ketidaksamaan.

Teori Empati dan Teori Homofili berpendapat bahwa komunikasi yang 'berempati' serta dibangun atas 'Kesamaan' (homofili) akan jauh lebih berpengaruh dan efektif. Proses empati dilakukan pembicaraan dengan cara menyelami jalan pikiran target penerima informasi yang disampaikannya. Sedangkan homofili dilakukan misalnya dengan melakukan pemberian informasi kepada massa yang memiliki kesamaan usia, ras, agama, ideologi, pandangan politik, dan sebagainya.

Dalam penelitian ini teori yang terkait dengan judul kampanye politik pada pemilihan Kepala Desa di Desa Kedondong adalah Teori Empati dan Teori Homofili. Penulis akan menggunakan teori empati dan teori homofili sebagai unit analisis untuk membedah kampanye politik yang dilakukan Juanda pada pemilihan kepala desa.

Secara sederhana empati adalah kemampuan diri pada situasi dan kondisi orang lain. Dalam hal ini David K. Berlo (1960) memperkenalkan teori yang dikenal dengan nama *influence theory of empathy* (teori penurunan dari penempatan diri kedalam diri orang lain) Artinya komunikator mengandaikan diri, bagaimana kalau ia berada pada posisi komunikan. Dalam hal ini individu memiliki pribadi khayal sehingga individu-individu yang berinteraksi dapat menemukan dan mengidentifikasi persamaan-persamaan dan perbedaan masing-masing yang kemudian menjadi dasar dalam melakukan penyesuaian (Anwar 2003:46).

Menurut Daniel Learner (1978) empati adalah kesanggupan seseorang melihat diri sendiri kedalam situasi orang lain dan kemudian melakukan penyesuaian. Dalam hal ini individu harus memiliki kepribadian mobil yaitu kepribadian yang mudah bergerak dan menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi orang lain.

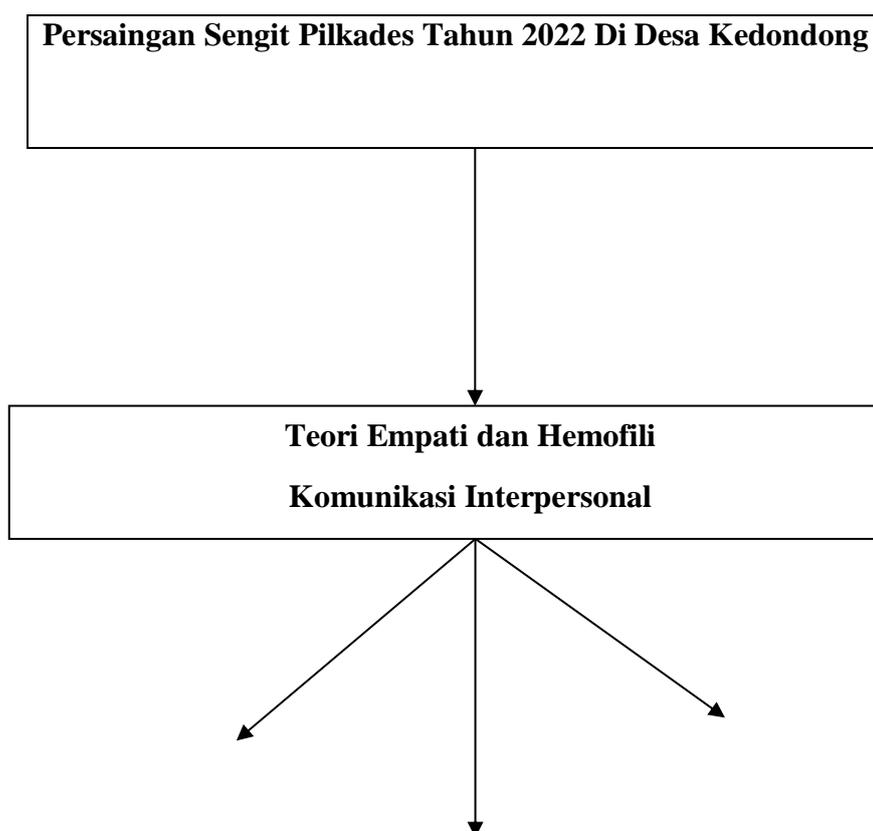
Dalam komunikasi politik kemampuan memproyeksikan diri sendiri ke dalam titik pandang dan empati orang lain memberi peluang kepada seorang politikus untuk berhasil dalam pembicaraan politiknya. Akan tetapi, menempatkan diri sendiri sebagai orang lain itu memang tidak mudah. Justru itu, empati dapat ditingkatkan atau dikembangkan oleh seorang politikus melalui komunikasi sosial dan komunikasi politik yang sering dilakukan. Dengan demikian empati dalam komunikasi politik adalah sifat yang dekat dengan citra politikus tentang diri dan tentang orang lain. Itulah sebabnya empati dapat dinegosiasikan atau dimantapkan melalui komunikasi antar personal. Dalam usaha melakukan empati dalam peristiwa komunikasi, Rogers dan Shomaker (1971) memperkenalkan homofili. Hal ini dimaksudkan sebagai kemampuan individu untuk menciptakan kebersamaan, baik fisik maupun mental. Dengan homofili dapat tercipta hubungan-hubungan sosial dan komunikasi yang intensif dan efektif

Istilah homophily ini berasal dari kata Yunani *Homois*, yang artinya sama (*alike*) atau serupa (*equal*). Jadi homofili berarti komunikasi dengan orang yang sama, yaitu derajat orang yang berkomunikasi memiliki kesamaan dalam beberapa hal. Homofili dapat digambarkan sebagai suasana dan kondisi kepribadian dan kondisi fisik dua orang berinteraksi karena memiliki kebersamaan usia bahasa pengetahuan, kepentingan, organisasi, agama, suku bangsa, dan pakaian. Maka empati dan homofili dalam kampanye politik diaplikasikan ke dalam bentuk ideologi politik yang sama, visi dan misi politik yang sama, doktrin politik yang sama, pakaian yang sama dan keputusan politik yang sama.

2.7. Kerangka Pemikiran

Pemilihan Kepala Desa telah ada jauh sebelum era pilkada langsung, Akhir- akhir ini kecendruangan pilkades dilakukan secara serentak dalam satu kabupaten yang di fasilitasi oleh pemerintah daerah sesuai dengan amanat konstitusi No. 32 tahun 2004. Hal ini dilakukan agar pelaksanaannya lebih efektif,efisien dan lebih terkordinasi dari sisi keamanan. Yang dimana masyarakat sebagai sasaran tujuan untuk menyampaikan komunikasi politik yang berkaitan dengan tujuan-tujuan politik para calon kepala desa. Masyarakat adalah harapan untuk para kandidat, strategi kampanye politik yang diusung dengan matang dan terorganisir tentunya dapat menarik khalayak untuk memilihnya. Di Desa Kedondong pada pemilihan Kepala Desa serentak 2022 di menangkan oleh Juandasat sebelum hari dimana para calon mulai melakukan kegiatan kampanye.

Model kampanye politik yang digunakan oleh Juanda dapat dikatakan berhasil. Dengan unggulnya perolehan suara yang diraih oleh Juanda. Peneliti menduga bahwahnya model komunikasi politik yang dilakukan oleh Juanda lebih baik bila dibandingkan calon kepala desa lainnya. Pasalnya banyak Masyarakat yang menaruh harapan dan keyakinan penuh kepada kepala desa terpilih dengan memberikan hak suaranya dengan cara memilih Juanda sebagai pilihan dalam pelaksanaan pemilihan Kepala Desa. Model komunikasi politik yang matang yang dilakukan oleh Juanda dalam menyukseskan kemenangan pada pilkades serentak. Adapun kerangka pikir penelitian dapat dilihat di bawah ini :





Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran