

Strategi Politik Pemenangan Dedi Hamzah pada Pemilihan Umum DPRD Provinsi Gorontalo Tahun 2019 di Kecamatan Wonosari Kabupaten Boalemo

Mapris Laduma¹ Udin Hamim² Ramli Mahmud³

Prodi PPKn, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo^{1,2,3}

Email: maprisladuma91@gmail.com¹ ramlimahmud33@ung.ac.id² udin.hamim@ung.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Politik Pemenangan Dedi Hamzah pada Pemilihan Umum DPRD Provinsi Gorontalo tahun 2019 di Kecamatan Wonosari Kabupaten Boalemo. Metode penelitian yang diterapkan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologis. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara, dengan memanfaatkan sumber data baik dari data primer maupun data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dedi Hamzah menerapkan tiga strategi pemenangan. Pertama, melalui upaya sosialisasi dan komunikasi politik menggunakan media kampanye dan pertemuan langsung dengan masyarakat. Kedua, dengan menerapkan pendekatan Basis Massa, Dedi Hamzah berhasil memetakan basis massa dukungan melalui pendekatan persuasif dan fokus pada kelompok-kelompok yang lebih mengorientasikan pada penguatan ikatan emosional. Ketiga, dengan melakukan penguatan dan komitmen, Dedi Hamzah berhasil mengawal basis massa dan memperkuat keputusan politik, menciptakan komitmen antara pemilih dan calon. Selanjutnya, faktor kemenangan Dedi Hamzah di Kecamatan Wonosari sangat dipengaruhi oleh ketokohan, di mana pengaruh ketokohan menjadi pertimbangan pemilih dan efektif dalam memperkuat strategi kemenangan. Faktor kandidat juga memainkan peran kunci, dengan adanya kedekatan emosional, rekam jejak, dan citra calon yang berpengaruh pada keputusan politik pemilih. Jejaring sosial dari media massa hingga keluarga dan kekerabatan juga menjadi faktor pengikat yang signifikan antara pemilih dan calon. Penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang dinamika politik lokal dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan seorang kandidat dalam konteks pemilihan umum.

Kata Kunci: Strategi Pemenangan, Dedi Hamzah, Pemilu 2019



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Pemilihan umum merupakan pesta demokrasi di Indonesia yang dilaksanakan selama 5 tahun sekali. Demokrasi menciptakan rakyat untuk dituntut lebih cerdas dan mampu dalam membaca kondisi politik yang ada di Indonesia. Adanya demokrasi ini, rakyat juga dituntut memilih wakil atau pemimpin yang amanah dalam menjalankan kewajibannya. Pemilu tidak membedakan baik itu agama, budaya, maupun bahasa. Pemilihan umum merupakan salah satu ciri dari sistem politik demokrasi seperti halnya di Indonesia. Pemilihan umum merupakan sarana yang sah sebagai penghubung antara rakyat dan pemerintah dalam suatu sistem demokrasi. Pemilihan umum menjadi mekanisme politik untuk melakukan rekrutmen dan seleksi orang-orang akan duduk di kursi legislatif. Aspek dinamis dari penyelenggaraan pemilihan umum ialah berlangsung secara demokratis, dalam arti langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, adil dan kompetitif. Pemilihan umum yang diadakan di Indonesia bertujuan untuk sarana demokrasi, menjaga tegaknya Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), mewujudkan tujuan nasional, memilih anggota legislatif, memilih presiden dan wakil presiden.

Lain sisi, pemilu adalah wadah rakyat untuk berpartisipasi di dalam sistem demokrasi yang modern. Pun demikian, Pemilu adalah instrumen dalam teknis pelaksanaannya membutuhkan aturan-aturan yang spesifik, meskipun pemilu itu belum menjadi jaminan dari

demokrasi itu sendiri, tetapi pemilu merupakan cara dari didapatkannya legitimasi atas kekuasaan dari pemerintahan. Pemilu tidak lepas dari marketing politik, yang artinya bahwa pemilihan umum adalah pasar politik tempat masyarakat antara peserta pemilihan umum (partai politik) dengan pemilih (rakyat) yang memiliki hak pilih setelah melakukan berbagai aktivitas politik seperti kampanye, propaganda, iklan politik melalui media massa, radio dan televisi, media lainnya seperti spanduk dan pamflet serta janji-janji politik lainnya guna meyakinkan warga masyarakat.

Sistem pemilu Indonesia perlahan berkembang, ke arah yang lebih demokratis. Pemilihan umum untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) periode tahun 2019-2024 dilaksanakan pada 17 april tahun 2019. Pemilu 2019 memiliki peraturan baru yang membuat para calon anggota legislatif harus memiliki strategi yang matang agar bisa lolos ke parlemen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu yang menghasilkan lima point yaitu (1) sistem pemilu terbuka, (2) perubahan timeline presidential threshold, (3) parliamentary threshold, dan (4) metode konversi suara, serta (5) pembagian kursi per dapil, untuk suara minimal, hal ini membuat persaingan untuk memperoleh kursi di parlemen semakin ketat.

Sehingga tak heran para calon harus betul-betul mempersiapkan strategi politik dengan tepat. Dinamika politik semakin bersaing, calon anggota legislatif (nasional maupun lokal) bersaing ketat untuk memperoleh kekuasaan dari rakyat. Strategi yang jitu merupakan salah satu cara untuk memperoleh kekuasaan dan merebut hati rakyat agar bisa menang dalam persaingan politik yang sangat ketat. Setiap caleg membangun strategi jitu sebagai fondasi untuk bisa memperoleh suara yang banyak sehingga memperoleh kekuasaan. Strategi politik merupakan seperangkat metode agar dapat memenangkan pertarungan antara berbagai kekuatan politik yang menghendaki kekuasaan.

Menurut Prihatmoko & Mustafa dalam egisdus (2020:3) bahwa strategi adalah segala rencana dan tindakan yang dilakukan untuk memperoleh kemenangan dalam pemilu. Strategi menyangkut berbagai kegiatan diantaranya menganalisa kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh, juga untuk mengetahui metode pendekatan yang diperlukan terhadap pemilih. Agar kandidat dapat memenangkan pemilihan umum, ia harus dapat membuat pemilih berpihak dan memberikan suaranya. Strategi pemenangan tidak terlepas dari perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi dari tim pemenangan hingga mendapatkan target yang maksimal. Target dalam hal ini merupakan sasaran yaitu pendukung.

Tentu setiap calon anggota legislatif yang bertarung ingin memperoleh perhatian dari pendukung atau massa. Untuk memperoleh keinginan atau target yang dicapai oleh calon anggota legislatif, tim pemenang membangun strategi agar bisa memperoleh atau merebut suara dari pendukung. Keistimewaan dari suatu strategi pemenangan merupakan suatu perencanaan yang baik untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai. Strategi pemenangan politik untuk mencapai target kemenangan tentu membuat suatu strategi yang baik karena dalam kontestasi tentu semua yang bermain memiliki strategi, untuk mencapai target membutuhkan strategi jitu atau strategi baik seperti memulai dari perencanaan, komunikasi politik dan mobilisasi.

Dalam pelaksanaan pemilu biasanya para calon anggota legislatif menggunakan strategi kemenangannya masing-masing, terutama melakukan pendekatan kepada masyarakat sebelum pemilihan. Langkah awal yang dilakukan calon yang akan saya teliti yaitu melakukan strategi pendekatan dari rumah ke rumah (*door to door*), tujuannya agar calon akan lebih dikenal oleh masyarakat. Dedi Hamzah merupakan salah satu bakal calon legislatif DPRD Provinsi Gorontalo Di daerah pemilihan VI khususnya di Kecamatan Wonosari Kabupaten Boalemo yang berhasil merebut kursi di parlemen, itu semua tidak terlepas dari perjuangan

dan strategi yang telah di bangun oleh tim pemenang. Oleh karena, penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Strategi Politik Pemenangan Dedi Hamzah serta Faktor apa saja yang mendukung strategi politik dalam pemenangan Dedi Hamzah pada pemilihan umum 2019 di dapil Kecamatan Wonosari Kabupaten Boalemo.

METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dalam pendekatan fenomenologis. Hamim, et.,al, (2022) mengemukakan bahwa fenomenologis merujuk pada pendekatan penelitian dimana peneliti diharapkan untuk memahami makna peristiwa dan hubungannya dengan individu dalam konteks atau situasi tertentu. Dengan kata lain, dalam melakukan penelitian fenomenologis, peneliti perlu memiliki pemahaman yang mendalam terhadap signifikansi peristiwa dan bagaimana peristiwa tersebut berkaitan dengan pengalaman individu dalam suatu konteks spesifik. Sumber data yang digunakan mencakup data primer dan data sekunder. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Partisipan dalam penelitian melibatkan berbagai pihak, yaitu satu tokoh politik yang menjadi subjek utama dalam pemilihan umum (Dedi Hamzah), satu orang ketua dan satu anggota tim pemenangan, tiga anggota masyarakat sebagai pemilih, dan pemerintah desa Wonosari, Kabupaten Boalemo.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Wonosari merupakan salah satu dari 7 kecamatan yang ada di Kabupaten Boalemo. Kecamatan dengan luas wilayah 460,80 km² ini berbatasan dengan dengan Kecamatan Asparaga di sebelah utara, Kecamatan Paguyaman di sebelah timur, Kecamatan Paguyaman di sebelah selatan serta Kecamatan Dulupi di sebelah barat. Wilayah Kecamatan Wonosari merupakan perbukitan dan dataran. Dengan rata-rata ketinggian dari permukaan laut 58 meter. Kecamatan Wonosari terdiri dari 14 desa, untuk melihat jumlah penduduk menurut desa dan agama dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Jumlah Penduduk, Agama Per/Desa

No	Desa	Islam	Protestan	Katolik	Hindu
1	Mekar Jaya	1.217	-	-	-
2	Harapan	3.057	299	-	-
3	Suka Maju	2.211	-	-	-
4	Bongo Dua	1.916	132	3	3
5	Bongo Tiga	1.313	-	2	511
6	Pangea	3.099	2	-	-
7	Jati Mulya	1.746	9	37	2
8	Tri rukun	107	44	12	863
9	Raharja	520	-	-	304
10	Dimito	2.160	19	-	-
11	Suka Mulya	1.379	-	-	-
12	Sari Tani	5.099	60	-	5
13	Tanjung Harapan	902	2	-	-
14	Dulohupa	1.015	-	-	1
Jumlah		25.741	567	54	1.689

Sumber: Badan Pusat Statistik Boalemo Tahun 2019

Strategi Dedi Hamzah Dalam Pemenangan Pemilu Tahun 2019

Strategi Sosialisasi Dan Komunikasi Politik Dedi Hamzah Dalam Pemenangan Pemilu Tahun 2019

Strategi Sosialisasi dan Komunikasi Politik yang diterapkan oleh Dedi Hamzah dalam Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2019 merujuk pada serangkaian upaya yang dilakukan oleh calon tersebut untuk memperkenalkan dirinya, partainya, serta visi-misinya kepada pemilih dengan maksud untuk meraih dukungan dan mencapai kemenangan dalam proses pemilihan tersebut. Sosialisasi politik berkaitan erat dengan upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang calon dan program-program politik yang diusungnya. Strategi ini mencakup penggunaan berbagai media kampanye, seperti iklan, spanduk, brosur, dan aktivitas-aktivitas publik untuk menciptakan kesadaran dan pengetahuan masyarakat terhadap figur Dedi Hamzah. Selain itu, aspek komunikasi politik menjadi bagian integral dari strategi ini, di mana Dedi Hamzah berusaha menjalin komunikasi yang efektif dengan pemilih. Penggunaan teknik komunikasi politik yang baik, termasuk pidato yang persuasif, interaksi langsung dengan masyarakat, dan pemanfaatan media sosial, dirancang untuk menciptakan citra yang positif dan meraih dukungan publik.

Firmanzah (2008:109) mengemukakan bahwa salah satu strategi pemenangan yang dilakukan oleh calon maupun partai dalam Pemilu adalah melalui strategi sosialisasi bakal calon. Perlu ditekankan untuk menggaet pemilih adalah dengan problem solving, memberikan solusi-solusi nyata terhadap permasalahan di suatu daerah. Masyarakat akan melihat suatu gagasan, track record yang dimiliki oleh calon. Selain dari strategi sosial, terdapat strategi yang disinkronkan melalui strategi sosialisasi adalah bagaimana calon dan partai politik mampu melakoni strategi Komunikasi politik yang baik kepada masyarakat Pemilih. Strategi komunikasi politik yang dimaksudkan antara lain menanamkan keyakinan terhadap pemilu melalui kampanye maupun sosialisasi politik.

Kontestan politik perlu melihat karakteristik pemilihnya, apabila pemilih lebih melihat aspek rasional, proses keyakinan dilakukan secara argumentatif dan dilandaskan pada penyediaan data dan informasi yang dipercaya. Aspek berpikir logis yang bersifat problem-solving perlu dikomunikasikan kepada pemilih. Dengan kematangan strategi yang dirancang dan dilakukan oleh calon maupun partai politik akan mempermudah pemilih untuk mengenal dan memiliki keyakinan dalam menentukan pilihan politik mereka disaat Pemilu. Urgensi atas teori tersebut sesuai dengan data hasil penelitian mengenai strategi kemenangan Dedi Hamzah di Kecamatan Wonosari dalam Pemilu 2019. Mulai dari perencanaan, setingan media kampanye melalui media cetak hingga pertemuan secara langsung giat dilakukan oleh calon.

Dengan melakukan komunikasi politik yang baik seperti bertutur kata, kepribadian yang baik dapat mendorong masyarakat untuk memilih calon yang dikenal. Apa yang dikemukakan di atas sesuai dengan data hasil penelitian, dimana strategi sosialisasi dan komunikasi politik bagi calon anggota legislatif pada Pemilu 2019 di Kecamatan Wonosari khususnya Dedi Hamzah sebagai calon DPRD Provinsi Gorontalo dapat dikatakan efektif karena diterima secara baik oleh pemilih. Apa yang menjadi torehan prestasi tersebut tentunya bukan hanya calon yang aktif, namun terdapat mesin partai politik yang senantiasa mengawasi serta memperjuangkan calon yang ditawarkan kepada Pemilih. perpaduan antara kedua komponen tersebut yakni calon dan partai politik membuahkan hasil bagi kemenangan Dedi Hamzah di Kecamatan Wonosari.

Strategi Pendekatan Basis Massa Politik Dedi Hamzah Dalam Pemenangan Pemilu Tahun 2019

Strategi Pendekatan Basis Massa Politik yang diterapkan oleh Dedi Hamzah dalam Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2019 merujuk pada serangkaian langkah atau taktik yang

difokuskan untuk memahami, mendekati, dan memetakan secara efektif basis massa dukungan yang dimiliki oleh calon tersebut. Pendekatan ini menekankan pada upaya untuk membina hubungan emosional yang kuat antara Dedi Hamzah dan kelompok-kelompok masyarakat yang menjadi basis potensial bagi dukungannya. Strategi ini mencakup identifikasi dan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, harapan, dan aspirasi dari kelompok massa yang menjadi target dukungan. Dengan cara ini, Dedi Hamzah dapat mengarahkan pesan-pesan kampanye dan kebijakan politiknya agar lebih relevan dan dapat diterima oleh basis massa tersebut. Selain itu, pendekatan ini mencakup kegiatan-kegiatan penguatan ikatan emosional, seperti pertemuan langsung, diskusi kelompok, atau kegiatan partisipatif lainnya yang dapat memperkuat hubungan antara Dedi Hamzah dan basis massa.

Firmanzah (2008) mengemukakan bahwa strategi pendekatan basis massa penting dilakukan oleh calon maupun partai politik dalam kemenangan Pemilu. Strategi pendekatan basis massa berkaitan erat dengan kedekatan ideologi partai dengan basis agama, organisasi kemasyarakatan, ketokohan maupun suku, ras termasuk wilayah geografis. Strategi ini penting dilakukan bagi masyarakat pemilih yang memiliki jiwa fanatik terhadap golongan tertentu dalam lingkungan masyarakat. Biasanya basis massa seperti ini dikenal sebagai pemilih tradisional. Pertimbangan pilihan politik mereka lebih mendasar pada sisi identitas antara pemilih dengan calon bila dibandingkan dengan pertimbangan lain.

Keputusan untuk menentukan pilihan politik lebih didasari pada aspek kedekatan emosional antara pemilih dengan calon maupun basis massa bila dibandingkan dengan pertimbangan lain. Artinya secara emosional mereka sudah diikat dengan tatanan nilai yang secara turun temurun menjadi pertimbangan politik. Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa salah satu strategi kemenangan Dedi Hamzah di Kecamatan Wonosari tidak terlepas dari strategi ini. Atas kedekatan secara emosional tersebut membuat strategi ini efektif dalam perhelatan Pemilu.

Strategi Penguatan/Komitmen Politik Dedi Hamzah Dalam Kemenangan Pemilu Tahun 2019

Strategi Penguatan/Komitmen Politik yang diterapkan oleh Dedi Hamzah dalam Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2019 merujuk pada serangkaian langkah dan tindakan yang bertujuan untuk memperkuat dan memastikan komitmen serta dukungan politik dari basis massa dan pemilih. Strategi ini mencakup upaya intensif untuk menjaga dan memperkuat hubungan politik yang telah terjalin, sehingga dapat menghasilkan kepastian atas pilihan dan dukungan dari para pemilih. Firmanzah (2008) mengemukakan bahwa strategi Penguatan atau komitmen merupakan bagian terakhir dari semua strategi yang dilakukan baik oleh calon maupun partai politik. Artinya setelah strategi sosialisasi dan komunikasi politik, pendekatan basis massa salah satu strategi yang harus dilakukan adalah memberikan penguatan kepada masyarakat pemilih agar ada kesepakatan atau komitmen untuk menentukan pilihan politik mereka terhadap calon. Hal ini perlu dilakukan agar ikatan baik diantara mereka yang bersifat rasional maupun emosional tetap terjaga.

Strategi penguatan ini dilakukan agar ikatan diantara pendukung tidak lemah dan untuk menghindari pengaruh asing yang bisa menarik perhatian mereka. Juga menyiapkan perencanaan yang matang sebagai kontestan. Mulai dari awal hingga akhir, termasuk penyedia badan hukum untukantisipasi kecurangan ataupun sengketa pemilihan. Strategi penguatan sendiri harus dilakukan karena hal ini berhubungan erat dengan kepastian atas komitmen dari masyarakat pemilih bukan hanya mendukung namun memilih calon maupun partai di saat pemilu. Penguatan atas komitmen akan melahirkan sikap dan keputusan pemilih baik secara rasional maupun terikat dengan emosional. Data dan hasil penelitian lapangan menunjukkan

bahwa strategi penguatan terhadap komitmen pilihan politik yang dilakukan oleh tim sukses efektif dalam memenangkan Dedi Hamzah pada pemilu 2019 di Kecamatan Wonosari.

Faktor Yang Menentukan Kemenangan Dedi Hamzah Pada Pemilu 2019

Faktor Ketokohan

Faktor ketokohan merujuk pada sejumlah faktor atau elemen yang menyebabkan seseorang atau sesuatu menjadi terkenal atau dikenal oleh banyak orang. Ketokohan bisa diperoleh melalui berbagai cara, dan faktor-faktor tertentu dapat memainkan peran penting dalam membangun reputasi atau citra yang luas di mata masyarakat. Beberapa faktor yang dapat menyebabkan seseorang atau sesuatu menjadi terkenal melibatkan prestasi, kontribusi positif, keahlian khusus, kepemimpinan, kontroversi, atau eksposur media yang luas. Pun demikian, faktor ketokohan dapat melibatkan kombinasi berbagai elemen seperti keberhasilan dalam suatu bidang, keunikan karakter atau konsep, pemaparan media yang besar, atau dampak positif yang signifikan pada masyarakat. Penting untuk dicatat bahwa faktor ketokohan dapat bersifat relatif dan dapat bervariasi tergantung pada konteks dan persepsi masyarakat.

Arifin (2011: 236) mengemukakan bahwa Ketokohan adalah orang yang memiliki kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan. Aristoteles, menyebutnya sebagai *ethos*. Dengan kata lain, ketokohan sama dengan *ethos*, yaitu gabungan antara kredibilitas, atraksi dan kekuasaan. Orang yang memiliki ketokohan menurut Nimmo dapat disebut juga sebagai pahlawan politik. Dalam beberapa studi mengemukakan bahwa faktor ketokohan menjadi pertimbangan khusus pemilih dalam menentukan pilihan politiknya. Sebagai pahlawan politik posisi calon kandidat memiliki citra jabatan ideal politikus yang memiliki ketokohan. Hal ini pun banyak terjadi pada masyarakat tradisional, Denny (2011:350) mengemukakan bahwa dengan pemilihan langsung pemilu secara teoritis menjadi lebih independen. Akan tetapi, pada pemilih-pemilih yang masih bersifat “tradisional” dan sangat bergantung dengan tokoh panutannya, politik uang masih bisa bekerja dengan cara membeli tokoh panutan tersebut. Temuan lapangan dan konteks teori yang dikemukakan di atas memiliki

Korelasi yang jelas, dimana faktor ketokohan dapat mendorong pemilih untuk memilih calon. Sebagai calon, tentunya merasa terbantu dengan kehadiran ketokohan yang dimiliki pada tingkat daerah. Sementara masyarakat pemilih merepresentasikan kepentingan mereka lewat keberadaan ketokohan yang dianggap sangat berjasa. Apa yang dikemukakan oleh Arifin (2011) dan Denny (2011) tentang pengaruh ketokohan sesuai dengan data hasil penelitian. Fenomena tersebut bisa disimpulkan bahwa posisi masyarakat pemilih yang tradisional di Kecamatan Wonosari merepresentasikan kepentingannya lewat pengaruh ketokohan sehingga strategi yang dimainkan diterima secara baik oleh masyarakat.

Faktor Kandidat Calon

Faktor ketokohan merujuk pada sejumlah faktor atau elemen yang menyebabkan seseorang atau sesuatu menjadi terkenal atau dikenal oleh banyak orang. Ketokohan bisa diperoleh melalui berbagai cara, dan faktor-faktor tertentu dapat memainkan peran penting dalam membangun reputasi atau citra yang luas di mata masyarakat. Beberapa faktor yang dapat menyebabkan seseorang atau sesuatu menjadi terkenal melibatkan prestasi, kontribusi positif, keahlian khusus, kepemimpinan, kontroversi, atau eksposur media yang luas. Sastroatmodjo (1995:14-15) mengemukakan diantara faktor yang mempengaruhi strategi kemenangan calon maupun partai peserta Pemilu diantaranya adalah Struktur kepribadian yang tercermin dalam sikap individu. Pada faktor ini ada tiga basis fungsional sikap untuk memahaminya. Basis pertama adalah yang didasarkan pada kepentingan yaitu penilaian

seseorang terhadap suatu objek didasarkan pada minat dan kebutuhan seseorang terhadap objek tersebut. Basis kedua atas dasar penyesuaian diri yang dipengaruhi oleh keinginan untuk menjaga keharmonisan dengan subjek itu. Basis yang ketiga adalah sikap didasarkan pada fungsi eksternalisasi diri dan pertahanan.

Hal yang sama dikemukakan oleh Ruslan (2006:72) bahwa Emotional Feeling (Perasaan Emosional) adalah dimensi emosional yang terpancar dari sebuah kontestan atau kandidat yang ditunjukkan oleh policy politik yang ditawarkan. Candidate Personality (Citra Kandidat) Candidate personality mengacu pada sifat-sifat pribadi penting yang dianggap sebagai karakter kandidat. Beberapa sifat yang merupakan candidate personality adalah artikulatif, welas asih, stabil, energik, jujur, tegar, dan sebagainya. Pada level ini, strategi yang dimainkan oleh partai politik adalah melalui citra kandidat serta rekam jeaknya. Tingkat konsentrasi pemilih akan lebih pada segi kedekatan emosional berdasarkan pada pengamatan yang mereka alami.

Faktor Jejaring sosial

Faktor jejak sosial mengacu pada pengaruh dan efek jejak atau catatan interaksi seseorang dalam berbagai aspek kehidupan sosial. Jejak sosial mencakup aktivitas, partisipasi, dan keterlibatan seseorang dalam berbagai lingkungan sosial, termasuk keluarga, komunitas, tempat kerja, dan dunia daring. Faktor-faktor ini dapat membentuk citra sosial seseorang dan mempengaruhi persepsi orang lain terhadap tokoh tersebut. Almond (1984: 330) menyatakan bahwa pola kekuasaan non politik yang diharapkan dapat mempengaruhi sikap politik adalah pola di dalam keluarga, sekolah, dan tempat kerja. Keterlibatan mereka dalam setiap pemilu dikenal dengan agen bagi calon untuk mensosialisasikan diri kepada masyarakat. Pada konteks ini, Rush (2007:35) bahwa agen sosialisasi politik terdiri dari keluarga, pendidikan, kelompok sebaya, kelompok kerja, kelompok agama, kelompok-kelompok seenggah, dan media massa. Proses sosialisasi melalui berbagai tahap sejak masa kanak-kanak sampai tingkat yang paling tinggi dalam usia dewasa. Hal ini berlangsung dalam proses yang berkesinambungan sepanjang hidup.

Berkaitan dengan teori tersebut dan disesuaikan dengan temuan di lapangan menunjukkan bahwa Pemilu pada era sekarang ini tidak bisa terlepas dari faktor jejaring sosial, media sosial maupun jejaring secara langsung dengan masyarakat pemilih. Kelompok keluarga dan kerabat merupakan unit-unit sosial yang memiliki hubungan darah atau hubungan perkawinan. Antara anggota kelompok keturunan saling berhubungan karena memiliki nenek moyang yang sama dan kelompok kekerabatan ini bisa bersifat patrilineal atau matrilineal. Faktor ini juga turut serta menjadi bagian dalam mempengaruhi strategi kemenangan Dedi Hamzah dengan memanfaatkan kedekatan secara emosional dengan masyarakat pemilih berdasarkan ikatan kekeluargaan dan kekerabatan membuat calon kandidat mendapat dukungan signifikan dan berhasil terpilih sebagai anggota DPRD. Masyarakat pemilih melalui jaringan sosial akan mengefektifkan kekuatannya untuk mendorong basis massa dalam mendukung dan memilih calon yang diprioritas melalui kedekatan emosional.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan Strategi Politik Pemenangan Dedi Hamzah Pada Pemilihan Umum Dprd Provinsi Gorontalo Tahun 2019 Di Kecamatan Wonosari Kabupaten Boalemo menggunakan tiga strategi *Pertama*, sosialisasi dan komunikasi politik. Bentuk sosialisasi yang digunakan berupa media kampanye maupun pertemuan langsung dengan masyarakat dan menggunakan teknik komunikasi politik yang baik membuat calon dan partai politik diterima secara baik oleh masyarakat pemilih. *Kedua*, Pendekatan Basis Massa, strategi ini cukup efektif karena calon mampu memetakan basis massa dukungan yang dijaga secara emosional. *Ketiga*,

penguatan/Komitmen, dengan melakukan pengawalan basis melalui penguatan atas keputusan politik dapat melahirkan komitmen atas keterpilihan antara pemilih dengan calon. Selanjutnya untuk sisi faktor Kemenangan Dedi Hamzah Di Kecamatan Wonosari pada Pemilu 2019 dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah *pertama* faktor ketokohan, pengaruh ketokohan menjadi pertimbangan pemilih dalam menentukan pilihan politik dan efektif dalam penguatan strategi kemenangan. Kedua, faktor kandidat, kedekatan secara emosional dengan rekam jejak serta citra yang dimiliki oleh calon kandidat melahirkan keputusan atas pilihan politik pemilih. ketiga faktor jejaring sosial, selain dari kedua faktor tersebut jejaring sosial baik media massa maupun keluarga dan kekerabatan menjadi perekat bagi pemilih dan calon.

DAFTAR PUSTAKA

- Almond, Gabriel A dan Sidney Verba. 1984. Budaya Politik: Tingkah laku Politik dan Demokrasi di Lima Negara. Bina Aksara. Jakarta.
- Arifin, Anwar. 2011. Komunikasi Politik. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Denny Thong. 2011. Memanusiakan Manusia: Menata Jiwa Membangun Bangsa. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Egisdius Mansu (2020). Pemenangan Calon Anggota Legislatif di daerah Pemilihan II kecamatan Ndoso kabupaten Manggarai Barat. Skripsi. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa, Yogyakarta.
- Firmanzah, 2008. Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Rush, Michael dan Philip Althoff. 2007. Pengantar Sosiologi Politik. Jakarta : PT Rajawali Pers.
- Ruslan, Rosady. 2006. Manajemen Public relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sastroatmodjo, Sudijono. 1995. Partisipasi Politik. Semarang : IKIP Semarang Press.
- Hamim, U., Mahmud, R., & Hamid, S. (2022). Strategi Kemenangan Pdp Dalam Pemilihan Umum Di Kabupaten Gorontalo Utara Pada Pemilihan Umum 2019. Jambura Journal Civic Education, 2(2), 165-173.
- Wirman Hamid, Dkk (2019), Strategi Mobilisasi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Pada Pemilu 2019 Di Desa Kota Raja. Jurnal Politico 8 (2)