

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Mobilisasi Politik

Mobilisasi dapat dijelaskan sebagai perkembangan relasi sosial antara dua entitas, yaitu individu dan partai, sesuai dengan penjelasan Weber yang terdapat dalam (Karp & Banducci, 2007). Konsep mobilisasi meliputi tiga tahap, yaitu tahap kepentingan (aspek kognitif), tahap pembentukan komunitas (aspek afektif), dan tahap pemanfaatan instrumen (aspek instrumental). Mobilisasi politik merujuk pada upaya dari para aktor untuk memengaruhi distribusi kekuasaan. Untuk menggambarkan dengan akurat jenis hubungan yang terbentuk antara partai dan individu, digunakan suatu variabel *directional*. Mobilisasi merupakan suatu keanekaragaman melalui suatu proses keterlibatan masyarakat dalam melakukan usaha pada saat rekrutmen massa dengan memiliki tujuan tertentu, dan mobilisasi secara struktural dapat terjadi pada saat masa industrialisasi dan modernisasi (Elwan, 2019).

Mobilisasi politik dapat dibagi menjadi 2 kategori, yaitu mobilisasi langsung dan mobilisasi tidak langsung. Mobilisasi langsung bagian dari suatu aktivitas mobilisasi dengan adanya suatu bentuk pengerahan terhadap para calon pemilih untuk melakukan aktivitas maupun tindakan politik sebagaimana yang telah dikehendaki sebelumnya. Sedangkan mobilisasi

politik tidak langsung bagian dari kegiatan mobilisasi dalam bentuk pengarahan dengan cara berpikir ataupun cara pandang pemilih, sehingga pemilih dapat mengekspresikan pemahamannya ke dalam bentuk suatu keputusan politik pemilih (Bartolini, 2007).

Perbedaan antara kategori mobilisasi langsung dan kategori tidak langsung dengan berdasarkan terhadap mekanisme-mekanisme pada saat mobilisasi yang dilakukan secara baik oleh para partai ataupun pemangku kepentingan dalam sebuah daerah untuk pemilihan. Mobilisasi langsung dapat dilakukan dengan memberikan berupa instruksi-instruksi melalui mekanisme kepada para pemilih seperti dengan melakukan kegiatan kampanye terbuka, sosialisasi langsung, mengerahkan, menggerakkan simpatisan dengan melakukan aktivitas ataupun aksi-aksi pada politik dan lain sebagainya. Sementara mobilisasi tidak langsung yang dapat dilakukan dengan cara menyampaikan melalui media contohnya seperti kampanye dialogis, seminar seminar, mempengaruhi terhadap cara pandang ataupun cara berpikir pemilih melalui sosial media maupun iklan di media mainstream (Elwan, 2019).

Mobilisasi tersebut dapat di artikan sebagai usaha terhadap para aktor dengan mempengaruhi terhadap distribusi kekuasaan. Mobilisasi tersebut dapat didefinisikan sebagai suatu pengembangan untuk melakukan hubungan sosial. Melalui hubungan antara aktor, individu dan partai dengan memiliki kepentingan masing-masing oleh karena itu konsep aktivitas dalam mobilisasi yang terdiri dari 3 proses yakni : kepentingan (dimensi kognitif),

pembentukan komunitas (dimensi affective) dan proses pemanfaatan instrumen (dimensi instrumental) terhadap mobilisasi politik (Elwan, 2019).

Mobilisasi dapat didefinisikan sebagai usaha para aktor politik untuk dapat mempengaruhi terhadap distribusi kekuasaan, suatu variabel directional yang dapat diperkenalkan dalam rangka menggambarkan secara tepat melalui jenis suatu hubungan yang dapat berkembang antara partai dan individu. Dengan demikian, mobilisasi politik bukan hanya sekedar suatu proses yang di mana masyarakat yang dapat diarahkan untuk keterlibatan politik. Sementara politik bagian dari salah satu perjuangan dengan memperoleh kekuasaan ataupun sebagai teknik dengan menjalankan kekuasaan-kekuasaan.

Definisi tersebut yang dianggap umum serta sering dilihat sebagai kelebihan ataupun kekurangan dari suatu pendapat umum mengenai konsep-konsep di masa lalu mengenai terminology mobilisasi politik. Bagaimanapun mengenai definisi secara umum tersebut bukan berarti bahwa konsep tersebut dapat digunakan dengan cara melihat suatu konsep politik. Sementara mobilisasi politik bagian dari cara yang sangat besar untuk mengajak mulai dari individu hingga kelompok untuk bisa ikut berpartisipasi dalam proses politik yang sedang dibangun. Dengan mobilisasi secara sederhana selalu dilawankan dengan partisipasi, partisipasi politik merupakan keterlibatan masyarakat dalam menyusun kebijakan hingga membuat keputusan hingga penilaian suatu keputusan, termaksud juga peluang untuk ikut serta dalam pelaksanaan keputusan. Dengan adanya keikutsertaan masyarakat dalam suatu proses politik tidaklah masyarakat yang mendukung suatu keputusan atau kebijakan tersebut dengan adanya gerakan sosial yang dilakukan oleh pemimpinnya, karena kalau hal tersebut terjadi maka istilah yang tepat ialah “Mobilisasi politik” (Karp & Banducci, 2007).

Peluang untuk memperkuat mobilisasi politik dapat dilakukan jika partai politik mampu mengeksploitasi apa yang disebut sebagai struktur-struktur mobilisasi gerakan. Struktur-struktur mobilisasi gerakan yang disejajarkan sebagai instrumen-instrumen mobilisasi politik yang berasal dari luar organisasi partai politik, contohnya jaringan kerja, keluarga, lembaga agama, serikat kerja serta asosiasi sosial lainnya yang dapat berafiliasi bersama partai politik. Konsep struktur-struktur mobilisasi diambil dari terminologi gerakan sosial namun daya empiris konsep-konsep demikian berguna untuk mengungkap kasus-kasus mobilisasi politik non partai politik (Nugroho, 2011).

Zuckerman dalam (Lamabelawa, 2020) mengatakan bahwa perlu dipertimbangkan, pemungutan suara bukan hanya tindakan individu. Pemilih merupakan bagian dari kelompok sosial dan didalam kelompok tersebut lah mereka dimobilisasi untuk memilih dan juga mereka membuat keputusan tentang apakah hak suara mereka mempunyai makna atau tidak. Oleh karena itu, perilaku politik tentunya hanya bisa dipahami sebagai hasil dari proses sosial.

Dapat di ketahui mengenai kontrol pada saat masyarakat ikut dalam partisipasi politik (Mobilisasi yang berlebihan) dalam pemilu dengan menyebabkan krisis partisipasi politik, sehingga yang terjadi adalah irasional perilaku politik masyarakat. Selain hal tersebut disebabkan adanya suatu kontrol dapat dilakukan oleh aparaturnya pemerintahan dengan hal lain yang dapat menyebabkan irasionalnya kran-kran pendidikan politik masyarakat adalah di tutupnya kran-kran pendidikan politik yang seharusnya di perankan secara optimal oleh Organisasi non pemerintahan serta pencerdasan bagi demokrasi melalui perilaku elit yang dianggap tidak demokratis.

A. Praktek Mobilisasi Politik

Menurut (Firmanzah, 2007) mencatatkan bahwa dalam setiap pelaksanaan mobilisasi, partai politik harus mampu menggunakan sumber daya yang mereka miliki.

Termasuk pemanfaatan sumber daya yang dapat dilakukan melalui berbagai praktik pemasaran politik. Pemasaran politik adalah bidang baru yang berusaha mengintegrasikan prinsip-prinsip pemasaran ke dalam ranah politik. Meskipun pemasaran politik tersebut masih dianggap sebagai bidang yang relatif baru, namun kehadirannya telah menjadi tren di negara-negara maju dengan menerapkan sistem demokrasi. Partai politik dan kandidat secara aktif menggunakan ilmu tersebut dalam strategi kampanye untuk memobilisasi pemilih, memenangkan dukungan dalam pemilihan umum, dan merawat citra mereka sepanjang periode jeda pemilu.

Untuk partai politik dan kandidat, setidaknya ada beberapa metode yang dapat diterapkan dalam konsep pemasaran politik. Ini termasuk mengkomunikasikan pesan dan ide, mengembangkan identitas yang jelas, membangun kredibilitas dan transparansi, berinteraksi dan merespons baik dengan komunitas internal maupun eksternal melalui upaya pencitraan partai politik. Selain itu, mereka juga harus menyediakan pelatihan, mengumpulkan, dan menganalisis data untuk keperluan kampanye, serta secara berkelanjutan memengaruhi dan mendorong komunitas untuk mendukung partai politik.

Melalui pertimbangan tersebut, marketing politik bertujuan untuk:

1. Menjadikan pemilih sebagai subyek dan bukan sebagai objek politik. Dalam hal ini pemilih tidak hanya sekedar suara yang diperebutkan partai dengan berbagai tawaran produknya, tapi pemilih ikut menentukan program dan produk-produk politik apa yang seharusnya dilakukan partai politik.
2. Menjadikan permasalahan yang dihadapi pemilih adalah langkah awal dalam menyusun program kerja yang ditawarkan dalam kerangka masing-masing ideologi partai politik.

Dengan melakukan marketing politik yang tidak dapat menjamin untuk sebuah kemenangan, akan tetapi dapat menyediakan berbagai macam perangkat bagaimana menjaga suatu hubungan dengan pemilih untuk membangun kepercayaan, mobilisasi dan selanjutnya memperoleh dukungan suara. Marketing politik dapat membantu untuk menciptakan suatu identitas terhadap para aktor politisi. Identitas tersebut dapat memudahkan masyarakat untuk membedakan antara satu politisi dengan politisi yang lainnya. Pada akhirnya, image, identitas serta juga reputasi tersebut diharapkan dapat menciptakan suatu hubungan saling percaya antara politisi dan konsumen politik atau masyarakat. Pada pemilihan umum, masyarakat diberikan kesempatan dengan cara menentukan siapa saja yang dapat mewakili mereka yang duduk di lembaga legislatif dan siapa saja yang dapat memimpin mereka sebagai presiden di lembaga eksekutif selama lima tahun ke depan (Nurhidayat, 2023).

B. Jenis Mobilisasi Politik

Mobilisasi dapat dibagi menjadi dua bentuk, yaitu mobilisasi langsung dan mobilisasi tidak langsung. Mobilisasi langsung adalah upaya mobilisasi yang secara aktif mendorong pemilih untuk melakukan tindakan politik sesuai dengan keinginan partai politik. Sementara itu, mobilisasi tidak langsung adalah upaya mobilisasi yang berfokus pada pengaruh terhadap pemikiran atau pandangan pemilih, sehingga pemilih akan mencerminkan pemahaman mereka melalui keputusan politik (Bartolini, 2007).

Perbedaan antara mobilisasi langsung dan tidak langsung terletak pada cara partai politik melakukan mekanisme mobilisasi. Mobilisasi langsung melibatkan instruksi yang diberikan oleh partai politik kepada pemilih melalui berbagai mekanisme. Sebaliknya, mobilisasi tidak langsung dapat dilakukan melalui kampanye langsung atau melalui media. Contoh dari mobilisasi langsung adalah menggerakkan simpatisan partai untuk mengikuti konvoi jalanan sebagai bagian dari aksi politik, dan lain sebagainya.

Mobilisasi tidak langsung mencakup kegiatan seperti iklan politik di media cetak atau elektronik, seminar partai, kampanye dialogis, dan lain sebagainya.

1. Mobilisasi Langsung

Aktivitas dalam melakukan pengerahan untuk menggerakkan masyarakat agar melakukan tindakan politik sebagaimana yang telah dikehendaki. Mobilisasi langsung dapat dilakukan dengan cara turun langsung ke masyarakat seperti adanya ; kampanye terbuka, sosialisasi langsung, menggerakkan atau mengerahkan simpatisan dengan melakukan aksi-aksi politik tidak wajar untuk dilakukan. Berikut ini beberapa bentuk mobilisasi langsung yaitu :

a. Sosialisasi Langsung

Sosialisasi langsung bagian dari tahap sosialisasi yang dapat dilakukan dengan cara *face to face*, tanpa membutuhkan media perantara komunikasi. Sosialisasi langsung biasanya dapat dilakukan seseorang yang dapat melaksanakan kegiatan kampanye politik dengan menyampaikan visi misi, pesan-pesan serta program kerja yang dapat disampaikan kepada masyarakat secara langsung, yang memiliki tujuan dengan cara meyakinkan masyarakat dalam menentukan pilihannya sebelum hari H pemilihan.

b. Pengerahan atau Dorongan

Pengerahan bagian dari bentuk mobilisasi politik yang dapat dilakukan dengan berbagai macam cara dengan mengumpulkan calon pemilih, penjemputan calon pemilih, bahkan menjanjikan sesuatu kepada calon pemilih agar mau ikut berpartisipasi dalam pemilihan untuk mendukung salah satu calon tersebut. Pengerahan ini biasanya dapat dilakukan oleh para pemangku kepentingan partai dan tim sukses dengan memiliki dampak yang berpengaruh

terhadap jalannya kegiatan pengerahan tersebut. Seperti halnya untuk mengumpulkan massa dengan berbagai sumber daya yang dimiliki agar lebih mudah terorganisir, memberi akses mudah terhadap calon yang akan dikerahkan dalam proses pengumpulan massa, sehingga pengerahan yang akan dilakukan menjadi lebih mudah.

c. Kampanye Terbuka

Kampanye merupakan aktivitas untuk para peserta pemilih dengan cara meyakinkan para pemilih dengan menawarkan program kerja hingga visi dan misi kepada masyarakat untuk pemilih calon tersebut. Secara terbuka di depan publik, yang dapat dilakukan sebelum adanya pemilihan dengan memiliki tujuan dengan mendapatkan suatu dukungan dari pemilih. Hal ini dapat dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang yang terlibat, untuk melakukan suatu proses pengambilan keputusan dalam satu kelompok.

d. Intimidasi atau Ancaman

Intimidasi bagian dari sikap perilaku yang sangat agresif serta dilakukan dengan sengaja untuk membuat tekanan kepada orang lain baik secara fisik, psikologis ataupun suatu bentuk mengenai pengendalian sosial yang dapat disertai dengan berbagai macam ancaman, paksaan serta menakut-nakuti seperti yang terjadi pada pemilu pada umumnya. Adanya intimidasi yang dilakukan oleh salah satu tim sukses kepada keluarganya agar bersedia mengikuti ataupun memilih calon yang telah dikehendakinya. Dari penjelasan di atas munculnya mobilisasi antara pihak-pihak yang melakukan mobilisasi dengan yang di mobilisasi, seperti adanya ancaman dari tim sukses calon kepada keluarganya sendiri karena terdapat perbedaan pilihan.

2. Mobilisasi Tidak Langsung

Bentuk mobilisasi tidak langsung bagian dari bentuk mobilisasi secara kasat mata tidak langsung yang telah dilakukan dengan berbagai macam pihak yang telah di mobilisasi dan pihak yang memobilisasi. Ini biasanya dapat dilakukan dengan cara mempengaruhi cara pandang pemilih sehingga pemilih akan mengekspresikan pemahamannya ke dalam bentuk akhir mengenai keputusan politik. Mobilisasi tidak langsung biasanya menggunakan media dengan cara mempengaruhi pemilih, akan tetapi yang terjadi mobilisasi tidak langsung dilakukan melalui cara dengan mempengaruhi cara pikir pemilih melalui kampanye tatap muka dan lewat telepon. Berikut ini beberapa bentuk mobilisasi tidak langsung yakni sebagai berikut :

a. Mempengaruhi Cara Berpikir atau Pandang

Mempengaruhi cara berpikir bagian dari suatu tindakan yang telah dilakukan oleh seseorang, untuk mempengaruhi perilaku dan sikap seseorang dalam menentukan pilihannya terhadap sesuatu yang berdasarkan sudut pandang tertentu. Sementara cara pandang bagian dari pembentukan persepsi ataupun penilaian dalam sudut pandang terhadap suatu objek. Dengan adanya pengaruh dalam cara pikir atau pandang melalui cara-cara informal yakni seperti melalui media sosial dan kampanye hitam.

b. Kampanye Hitam

Kampanye hitam bagian dari kampanye yang mengarah pada pembunuhan karakter, cenderung dengan adanya fitnah yang berisi kebohongan dan tuduhan tanpa bukti. Kampanye hitam dapat dilakukan dengan cara mengangkat citra baik dimata pemilih untuk meraih simpati. Akan tetapi kampanye hitam

memiliki suatu potensi dengan memberikan citra buruk dimata setiap konstituen. Cara-cara kampanye hitam yang biasa dilakukan yakni: Pertama, dengan menyebarkan keburukan ataupun kejelekan tentang seorang calon kandidat, dengan cara memunculkan cerita buruk di masa lalunya, menyebarkan cerita yang berhubungan dengan kasus hukum yang sedang berlangsung atau menyebarkan cerita bohong atau fitnah yang lainnya untuk menjatuhkan citra baik calon legislatif tertentu. Kedua, untuk menguatkan cerita tersebut biasanya penyebar bercerita seakan-akan menyertakan berupa bukti foto-foto atau dokumen yang dapat memperkuat argumennya. Ketiga, apabila memunculkan saksi hidup yang memiliki cerita mengenai keburukan ataupun pekerjaan jahat calon kandidat tertentu, baik dimasa lalu maupun yang masih belum terjadi (Bakar et al., 2023).

2.1.2 Jaringan Sosial Politik

Konsep asal kata "jaringan" berasal dari kata "*net*" dan "*work*". "*Net*" diterjemahkan sebagai "jaring," merujuk pada struktur seperti jala yang terdiri dari banyak ikatan antar simpul yang saling terhubung (Damsar, 2009). Sementara itu, "*work*" berarti "kerja." Jadi, ketika digabungkan menjadi "network," fokusnya ada pada kerja atau bekerja dalam konteks hubungan antar simpul, seperti yang terlihat pada sebuah jaring. Jaringan diibaratkan sebagai sebuah jala, yang akan menjadi lebih kuat ketika terdapat banyak ikatan atau koneksi kompleks antara simpul-simpul tersebut. Mereka bekerja sama berdasarkan hubungan sosial yang telah terjalin antara simpul-simpul atau anggota.

Teori jaringan ini dikemukakan oleh (Fukuyama, 2002) yang menjelaskan bahwa jaringan adalah hubungan kerja antara individu yang didasarkan pada nilai kepercayaan. Jaringan memungkinkan individu untuk mencapai tujuan kelompok mereka dan

mengikat masyarakat secara bersama-sama. Jaringan sosial adalah salah satu dimensi sosial yang mencakup kepercayaan dan norma. Peran aktor jaringan sosial mulai dari menerima semua jenis informasi dan petunjuk dari partai dan pasangan calon mereka kemudian mendorong anggota jaringan untuk ikut berpartisipasi dalam proses pemilu. Akibatnya, aktor jaringan sosial tersebut jauh lebih mungkin melakukan upaya mobilisasi yang mengarah ke rata-rata tingkat partisipasi yang sangat tinggi. Kemampuan sebagai aktor jaringan sosial yang mampu menciptakan suasana politik dengan kondusif dan menciptakan rakyat yang partisipasi seperti dalam memobilisasi pemilih (Lamabelawa, 2020).

Dalam konteks kapital sosial, konsep jaringan berfokus pada ikatan antara individu atau kelompok (organisasi). Ini mengacu pada hubungan sosial yang didasarkan pada kepercayaan dan dijaga oleh norma-norma. Konsep jaringan ini menekankan unsur kerja sama melalui hubungan sosial. Jaringan sosial terbentuk karena adanya pertukaran informasi, dukungan, dan bantuan dalam melaksanakan tugas atau mengatasi masalah. Secara keseluruhan, konsep jaringan dalam kapital sosial merujuk pada semua hubungan dengan individu atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan berjalan dengan efisien dan efektif (Lawang, 2004).

Masyarakat umumnya mengasumsikan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang berinteraksi dengan orang lain. Hubungan yang terbentuk dalam jaringan sosial biasanya bersifat terbatas dan disesuaikan dengan kebutuhan atau kepentingan individu yang terlibat. Ada berbagai faktor yang membentuk jaringan sosial, seperti saling mengenal, berbagi informasi, memberi peringatan, dan memberikan bantuan dalam menjalankan tugas atau mengatasi masalah. Jaringan sosial dapat terbentuk melalui hubungan antar individu, antara individu dengan lembaga atau institusi, serta antara kelompok dengan

lembaga atau media di sekitarnya. Semua hal ini tidak akan terjadi tanpa adanya norma dan kepercayaan di antara anggota jaringan (Amiruddin, 2014).

Pembahasan mengenai jaringan sosial sangat terkait dengan konsep *bonding* (ikatan) dan *bridging* (menjembatani) dalam modal sosial. Kedua konsep ini mencerminkan tipe jaringan yang berbeda, yaitu jaringan internal dan eksternal (Woolcock & Narayan, 2000). Perbedaan antara modal sosial "ikatan" (*bonding*) yang eksklusif dan cenderung terjadi dalam kelompok yang sama, seperti kelompok pembaca atau organisasi etnis, serta modal sosial "yang menjembatani" (*bridging*) yang melibatkan hubungan di luar kelompok untuk menghubungkan orang dari berbagai lapisan sosial masyarakat. Contohnya adalah dalam gerakan hak asasi manusia, kelompok suku, kelompok pemuda, dan organisasi keagamaan .

Hubungan antara keterlibatan sosial dan partisipasi politik terletak pada fakta bahwa keterlibatan dalam kegiatan sosial melalui kelompok-kelompok sosial membuka akses kepada informasi dan komunikasi mengenai masalah-masalah publik, yang pada gilirannya mendorong warga negara untuk terlibat dalam isu-isu tersebut (Mujani et al., 2012). Selain itu, individu yang terlibat dalam kelompok sosial cenderung lebih siap untuk terlibat dalam upaya mobilisasi politik yang diorganisir oleh kelompok tersebut. Oleh karena itu, ada hubungan antara keterlibatan sosial (*civic engagement*) dan keterlibatan politik (*political engagement*). Pembentukan jaringan sosial, seperti yang tampak dalam pemilihan umum, adalah salah satu contoh operasional dari keterlibatan ini, di mana individu berusaha memengaruhi partai politik dan kandidat untuk memenangkan pemilihan baik di tingkat legislatif maupun eksekutif.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dengan adanya penelitian terdahulu yang menjadikan bahan acuan untuk menjadikan bahan referensi untuk penelitian ini dengan memperoleh penulisan yang lebih baik. Berikut penelitian terdahulu yang telah disajikan dalam tabel matriks yakni sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	(Elwan, 2019) “Model dan Dampak Mobilisasi Politik Pemilihan Kepala Desa (Studi Kasus : Desa Bontomatinggi Kabupaten Maros Sulawesi Selatan Tahun 2016)”	“Metode yang digunakan adalah kualitatif. Metode pengumpulan data adalah dengan wawancara, dokumentasi, observasi dan juga studi pustaka. Adapun jenis data yaitu data primer dan data sekunder”.	“Kurangnya pendidikan dan pemahaman politik di desa Bontomatinggi sehingga masyarakatnya mudah dimobilisasi dengan bentuk apapun seperti pemberian uang, pengerahan, intimidasi, kampanye hitam dan mempengaruhi cara fikir/pandang pemilih dan pihak	“Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada fokus penelitian, objek penelitian, serta lokasi penelitian”.

No	Nama Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
			<p>yang melakukan mobilisasi tidak memikirkan efek buruknya setelah pemilihan yang menimbulkan ujaran kebencian.</p> <p>Masyarakat yang dimobilisasi takut akan ada kekerasan dan kebencian dari tim sukses ketika tidak mengikuti apa yang dikehendakinya, apa lagi yang melakukan mobilisasi itu dari keluarga sendiri, karena semakin tinggi tingkat pengenalan antara pihak yang</p>	

No	Nama Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
			dimobilisasi dan pihak yang memobilisasi maka semakin kuat juga tekanan mobilisasi”.	
2	(Lamabelawa, 2020) “Jaringan Sosial dan Mobilisasi Pemilih dalam Pemilihan Bupati Flores Timur Tahun 2017”	“Metode yang digunakan adalah kualitatif. Dengan menggunakan data sekunder yang berasal dari sumber-sumber literatur, jurnal, dokumen, dan artikel. Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan	“Relasi jaringan yang dibangun oleh partai dan pasangan calon terhadap jaringan sosial memberikan keberhasilan dalam meraih dukungan pemilih dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Flores Timur tahun 2017. Lebih dari itu jaringan sosial mampu meningkatkan partisipasi pemilih.	“Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada fokus penelitian serta lokasi penelitian yang berbeda. Penelitian ini berada di Kabupaten Flores sedangkan penelitian yang akan

No	Nama Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
		makna dari pada generalisasi”.	<p>Hadirnya para aktor jaringan sosial ditingkat lokal memberi warna tersendiri dalam dinamika perpolitikan pada Pemilukada Flores Timur tahun 2017. Posisi sosial (kedudukan) aktor jaringan sosial akan berpengaruh kepada masyarakat, dimana dengan struktur itu masyarakat akan merasa aman dalam lingkungan bermasyarakat dan aktor tradisional akan memelihara</p>	<p>penulis lakukan di Kabupaten Ciamis”.</p>

No	Nama Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
			adat dan nilai tersebut”.	
3	(Bakar et al., 2023) “Mobilisasi Politik Dalam Pemilihan Kepala Desa Di Desa Lagadi Kecamatan Lawa Kabupaten Muna Barat Tahun 2019”	“Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Informan dalam penelitian ini berjumlah 9 orang yaitu: ketua BPD (1 orang), Sekretaris Desa (1 orang) KPPS (1 orang) dan masyarakat (6 orang). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan studi kepustakaan, dan dokumentasi”.	“Bentuk mobilisasi yang dilakukan pihak calon kepala desa beserta tim suksesnya dilakukan dengan cara Mobilisasi langsung berupa pengerahan, kampanye terbuka, dan intimidasi atau ancaman, dan mobilisasi tidak langsung seperti mempengaruhi cara pikir atau pandang dan kampanye hitam. Bentuk mobilisasi yang terjadi di Desa Laga karena kerasnya	“Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada fokus penelitian, objek penelitian, serta lokasi penelitian”.

No	Nama Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
			<p>persaingan sehingga memaksa calon untuk berbagai dorongan”.</p>	
4	<p>(Nugroho, 2011) “Ikhtiar Teoritik Mengkaji Peran Partai dalam Mobilisasi Politik Elektoral”</p>	<p>“Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dengan pendekatan studi literatur. Teknik Pengambilan sampel dengan mengumpulkan dokumen penting”.</p>	<p>“Kegiatan mobilisasi politik untuk kepentingan pemilihan (elektoral) yang tidak hanya dilakukan oleh dan melalui partai politik tetapi juga dapat dilakukan melalui instrumen instrumen mobilisasi politik non partai politik. Memang instrumen mobilisasi politik tidak dapat dipisahkan dari</p>	<p>“Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada metode yang digunakan, fokus penelitian, objek penelitian, serta lokasi penelitian”.</p>

No	Nama Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
			<p>peran partai politik sebagai penggerak (mobilizer) aktivitas mobilisasi elektoral. Terlalu berlebihan jika aktivitas mobilisasi politik mengkondisikan adanya kekuatan kelembagaan keorganisasian partai terlebih dulu. Mobilisasi politik elektoral dapat berjalan tanpa harus dikaitkan dengan fenomena kelembagaan politik kepartaian”.</p>	

No	Nama Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
5	(Nurhidayat, 2023) “Marketing Politik Dalam Pemilihan Umum Di Indonesia”	“Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan metode ini peneliti berusaha untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan membangun makna tentang marketing politik di Indonesia”.	“Pada pemilihan umum, masyarakat diberi kesempatan untuk menentukan siapa yang akan mewakili mereka di lembaga legislatif dan yang akan memimpin mereka sebagai presiden di lembaga eksekutif selama lima tahun ke depan. Dalam pemilihan umum tersebut, membawa dampak yang baik bagi masyarakat, telah banyak melakukan perbaikan agar masyarakat ikut berpartisipasi dalam pemilihan”.	“Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada fokus penelitian, objek penelitian, serta lokasi penelitian”.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pemilihan umum (Pemilu) merupakan peristiwa yang ditandai dengan sebagian besar warga negara secara bersamaan melakukan partisipasi politik. Setiap masyarakat yang sudah memenuhi syarat hak pilih memiliki kebebasan dalam menentukan hak pilihnya. Salah satu panggung politik yang ramai di tingkat Kabupaten/ Kota yaitu pemilihan umum calon anggota legislatif (Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah).

Pemerintah Kabupaten Ciamis pada tahun 2019 juga mengadakan pemilihan umum Calon Anggota Legislatif (Anggota DPRD) yang dimenangkan oleh Ipah Hudaifah. Beliau berhasil mendapatkan suara masyarakat Kabupaten Ciamis yang berada di wilayah Dapil 3 Ciamis untuk menempati salah satu jatah kursi Anggota DPRD yang jumlahnya ada sembilan. Daerah yang termasuk Dapil 3 Ciamis yaitu Kecamatan Kawali, Panawangan, Jatinegara, Cipaku dan Lumbung.

Beardasarkan penelitian terdahulu, partisipasi politik masyarakat bisa dipengaruhi berbagai faktor salah satunya yaitu adanya mobilisasi politik yang dilakukan oleh jaringan sosial tertentu. Kemenangan Ipah Hudaifah tidak terlepas dari bantuan kalangan yang mendukung beliau diantaranya yaitu Himpunan Alumni Huda Dua (Hamidu). Karena beliau merupakan alumni dari pesantren Miftahul Huda Dua Ciamis.

Menurut (Bartolini, 2007) Mobilisasi politik terdiri dari dua bentuk yaitu mobilisasi langsung dan tidak langsung. Mobilisasi langsung terdiri dari sosialisasi langsung, pengerahan, kampanye terbuka bahkan sampai dengan ancaman. Sedangkan mobilisasi tidak langsung terdiri dari kampanye melalui sosial media, kampanye melalui spanduk dan baliho serta

kampanye melalui selebaran brosur dan poster, juga bisa sampai pada kampanye hitam. Berdasarkan pada data tersebut dapat diperoleh kerangka pemikiran seperti pada tabel 2.2 sebagai berikut:

Tabel 2.2

Kerangka Pemikiran

