

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KAJIAN TEORI**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Konsep Strategi Politik**

Istilah strategi pertama kali muncul pada masa kejayaan Yunani-Romawi dan awalnya digunakan dalam konteks militer. Dalam perspektif ini, strategi diartikan sebagai seni kepemimpinan dalam mengelola dan mengarahkan pasukan. Pemahaman ini ditekankan oleh Anwar Arifin, yang mengutip pendapat Schroder dalam karyanya. Kata strategi sendiri berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategia*, yang berarti seni kepemimpinan atau perencanaan tingkat tinggi (Arifin, 1984).

Lebih jauh, istilah *strategia* berakar dari dua kata dasar, yaitu *strategos* dan *stratos*. *Strategos* mengacu pada seorang pemimpin militer atau jenderal, sementara *stratos* secara harfiah berarti tentara atau pasukan. Gabungan kedua kata ini mencerminkan esensi awal dari strategi sebagai kemampuan seorang pemimpin untuk mengorganisir, merencanakan, dan menjalankan operasi militer yang kompleks demi mencapai kemenangan di medan perang (Dimitriu, 2020).

Konsep strategi pada awalnya digunakan hanya untuk tujuan memenangkan perang, seperti yang diungkap oleh Sun Tzu dalam bukunya *the art of war* yang diterjemahkan oleh (Graff, 2019) yang menyebutkan definisi strategi yaitu seni cara menaklukkan musuh tanpa serangan dengan menemukan kelebihan dan kekurangan musuh dengan harapan kita memanfaatkan itu sebagai langkah awal dalam perang.



Definisi strategi juga diungkapkan oleh Clausewitz, (1976) dalam bukunya *On War* yang menyebutkan bahwa strategi adalah teori yang menjelaskan bagaimana pertempuran digunakan untuk mencapai tujuan perang yaitu kemenangan perang.

Seiring berjalannya waktu, konsep strategi tidak lagi terbatas pada ranah militer. Strategi mulai diterapkan dalam berbagai bidang, termasuk politik, ekonomi, dan manajemen, dengan tetap mempertahankan prinsip dasarnya: seni mengelola sumber daya dan mengambil keputusan untuk mencapai tujuan tertentu. Interpretasi modern ini menunjukkan fleksibilitas konsep strategi yang dapat diterapkan di berbagai situasi, baik untuk menghadapi tantangan maupun memanfaatkan peluang.

Proses ini mencakup penyusunan berbagai upaya dan cara yang terencana agar tujuan tersebut dapat diwujudkan secara efektif dan efisien. Menurut Ansoff, strategi adalah suatu benang merah (*common thread*) antara organisasi dan pasar produk yang menjelaskan hakikat keberadaan suatu organisasi di masa depan (Hako, 1972). Ia juga menggambarkan strategi sebagai dasar untuk menyusun keputusan serta menetapkan pedoman umum dalam mencapai tujuan tertentu.

Leslie W. Rue, (1989) menambahkan bahwa strategi merupakan proses penentuan serta evaluasi dari berbagai alternatif cara guna mencapai misi atau tujuan organisasi. Sementara itu, William F, Glueck, (1984) mendefinisikan strategi sebagai kesatuan rencana yang menyeluruh dan terintegrasi, yang menghubungkan keunggulan strategis organisasi dengan situasi atau lingkungan eksternal yang dihadapinya. Dengan demikian, strategi dapat diartikan sebagai penyesuaian antara suatu organisasi dengan lingkungan eksternalnya. Mintzberg, (1987)

memperkenalkan konsep *Five Ps for Strategy*, yang menjelaskan berbagai perspektif dalam memahami strategi, yaitu:

1. *Plan* (Rencana)

Strategi sebagai rencana menekankan perencanaan formal sebagai panduan untuk mencapai tujuan organisasi. Perspektif ini mencerminkan pendekatan tradisional dalam pengelolaan strategi.

2. *Ploy* (*Manuver*)

Strategi sebagai manuver melibatkan langkah-langkah atau taktik spesifik yang dirancang untuk mengalahkan pesaing. Pendekatan ini sering digunakan dalam situasi kompetitif untuk memengaruhi atau mengatasi lawan.

3. *Pattern* (Pola)

Strategi sebagai pola menekankan konsistensi dalam perilaku organisasi dari waktu ke waktu. Dalam perspektif ini, strategi bukan hanya sesuatu yang direncanakan, tetapi juga sesuatu yang dapat diamati dari pola tindakan aktual.

4. *Position* (Posisi)

Strategi sebagai posisi melibatkan penentuan tempat organisasi di pasar atau industri tertentu. Perspektif ini menyoroti pentingnya menemukan posisi yang unik dan kompetitif dalam lingkungan eksternal.

5. *Perspective* (Sudut Pandang)

Strategi sebagai sudut pandang mencerminkan cara organisasi memandang dunia dan dirinya sendiri. Perspektif ini mencerminkan pandangan kolektif yang membentuk cara organisasi beroperasi dan mengambil keputusan.

Strategi politik sudah menjadi kajian para pemikir terdahulu meskipun tidak secara jelas menjelaskan tentang strategi politik seperti Niccolò Machiavelli, dalam karyanya *Il Principe* (Sang Pangeran), menekankan pentingnya pragmatisme dalam politik. Ia berpendapat bahwa seorang pemimpin harus siap menggunakan segala cara, termasuk yang tidak etis, untuk mempertahankan kekuasaan dan mencapai tujuan politiknya (Boim et al., 2023). Pandangan ini sering diringkas dengan ungkapan tujuan "menghalalkan cara". Selain itu, Max Weber, seorang sosiolog Jerman, mendefinisikan kekuasaan sebagai kemampuan seseorang atau kelompok untuk melaksanakan kehendaknya dalam suatu hubungan sosial, meskipun menghadapi perlawanan. Ia juga memperkenalkan konsep *ethics of responsibility*, yang menekankan bahwa politisi harus mempertimbangkan konsekuensi dari tindakan mereka dan bertanggung jawab atas dampak keputusan politik yang diambil (Mieg, 2024). Antonio Gramsci, seorang pemikir Marxis dari Italia, mengembangkan konsep hegemoni untuk menjelaskan bagaimana kelas penguasa mempertahankan kekuasaannya tidak hanya melalui kekuatan fisik, tetapi juga melalui dominasi budaya dan ideologi. Menurut Gramsci, kontrol atas institusi-institusi budaya seperti media, pendidikan, dan agama memungkinkan kelas penguasa membentuk dan memengaruhi cara berpikir masyarakat, sehingga legitimasi kekuasaan mereka diterima secara sukarela oleh yang diperintah (Siswati, 2018).

Strategi pemenangan dapat diartikan sebagai rencana dan tindakan yang dilakukan untuk mencapai kemenangan dalam suatu pemilihan. Prihatmoko dan Moessafa menjelaskan bahwa strategi pemenangan mencakup berbagai aktivitas, seperti perencanaan, pengorganisasian, dan implementasi taktik yang sesuai dengan kondisi sosial, budaya, dan politik di suatu wilayah (Joko, 2008).

Dalam proses ini, analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sering digunakan untuk menentukan keunggulan kompetitif serta mengatasi tantangan yang ada (Hendrawati, 2017). Menurut Prihatmoko dan Moessafa (2008), strategi pemenangan juga mencakup analisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh, serta metode pendekatan yang diperlukan untuk menarik pemilih. Kandidat yang ingin memenangkan pemilihan umum harus mampu membuat pemilih berpihak dan memberikan dukungan melalui suara mereka. Tujuan dari strategi politik adalah untuk meraih kekuasaan, mempertahankan atau meningkatkan posisi politik, serta mempengaruhi keputusan dan kebijakan yang sesuai dengan kepentingan individu, kelompok, atau partai politik.

#### **2.1.1.1 Strategi Politik**

Peter Schorder (Schroder, 2004), dalam teorinya mengenai strategi politik, menjelaskan bahwa strategi politik adalah pendekatan yang dirancang untuk mencapai dan mewujudkan cita-cita tertentu, dengan tujuan akhir memperoleh kekuasaan. Strategi ini memainkan peran penting dalam dunia politik, terutama dalam konteks pemilihan umum. Schroder membagi strategi politik menjadi dua jenis utama, yaitu strategi ofensif dan strategi defensif. Kedua strategi ini tidak

hanya diterapkan secara terpisah, tetapi juga dapat digunakan secara bersamaan dalam bentuk strategi campuran, tergantung pada situasi dan kebutuhan partai atau kandidat politik. (Schorder, 2004).

Menurut (Schroder, 2004) dalam strategi politik ada 10 langkah konseptual yaitu diantaranya:

#### 1. Merumuskan Misi

Tahap awal dari penyusunan strategi politik adalah merumuskan misi. Misi merupakan dasar dari semua langkah strategis berikutnya. Misi pasangan calon biasanya berorientasi pada perubahan, pembangunan, atau keberlanjutan program yang telah ada. Dalam konteks Pilkada Tasikmalaya 2024, misi yang diusung oleh pasangan Viman-Dicky menjadi pondasi bagi strategi komunikasi politik, penggalangan massa, serta pembentukan citra publik.

#### 2. Penilaian Situasional dan Evaluasi

Strategi politik tidak dapat disusun secara sembarangan tanpa memahami kondisi sosial-politik masyarakat. Oleh karena itu, dilakukan analisis situasi sebagai berikut:

##### a. Pengumpulan Fakta

Mengumpulkan data dan informasi mengenai kondisi sosial, ekonomi, dan politik Kota Tasikmalaya. Informasi ini bisa diperoleh melalui survei opini publik, wawancara, observasi lapangan, maupun media monitoring.

##### b. Mengidentifikasi Kekuatan dan Kelemahan

Dalam tahap ini, dilakukan identifikasi terhadap kekuatan internal pasangan calon, seperti popularitas, pengalaman politik, jaringan partai, serta kelemahan

yang mungkin menjadi hambatan selama proses Pilkada. Peluang yang bisa dimanfaatkan dan ancaman yang harus diantisipasi.

c. Umpan Balik (*Feedback*)

Tahapan ini penting untuk mengetahui respons masyarakat terhadap langkah-langkah yang telah dijalankan. Umpan balik ini biasanya diperoleh dari hasil survei, polling, serta masukan dari tim pemenangan di lapangan.

### 3. Perumusan Sub Strategi

Setelah memahami situasi dan kondisi, langkah selanjutnya adalah menyusun strategi operasional yang lebih teknis.

a. Menyusun Tugas-Tugas

Tugas-tugas strategis dibagi berdasarkan tim atau bidang, seperti tim komunikasi, tim lapangan, logistik, media sosial, dan relawan.

b. Merumuskan Strategi

Strategi dirumuskan berdasarkan hasil analisis situasional dan kekuatan pasangan calon. Strategi bisa meliputi pendekatan komunikasi langsung (*door to door*), kampanye berbasis media, hingga pendekatan berbasis isu lokal.

c. Mengevaluasi Strategi

Evaluasi strategi dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas pendekatan yang digunakan. Bila diperlukan, strategi akan disesuaikan dengan kondisi terbaru di lapangan.

### 4. Perumusan Sasaran

Sasaran merupakan target yang ingin dicapai dari pelaksanaan strategi, seperti jumlah suara minimal, penguasaan wilayah tertentu (misalnya kecamatan



atau kelurahan basis pemilih), serta peningkatan elektabilitas. Penentuan sasaran harus spesifik dan terukur agar pelaksanaan strategi lebih terarah.

#### 5. Target Image

Citra politik (political image) menjadi aspek penting dalam strategi komunikasi politik. Pasangan calon berusaha membangun citra yang sesuai dengan harapan masyarakat. Misalnya, pasangan Viman-Dicky mungkin ingin dikenal sebagai pasangan muda, bersih, profesional, dan dekat dengan rakyat. Citra inilah yang kemudian dikomunikasikan secara konsisten melalui berbagai media.

#### 6. Kelompok-Kelompok Target

Strategi politik juga menyasar kelompok-kelompok pemilih tertentu yang dianggap strategis, seperti pemilih muda, ibu rumah tangga, tokoh agama, komunitas lokal, dan kelompok milenial. Setiap kelompok memiliki pendekatan komunikasi yang berbeda, tergantung pada karakteristiknya.

#### 7. Pesan Kelompok Target

Pesan politik disesuaikan dengan karakteristik kelompok sasaran. Misalnya, pesan kepada kelompok pemuda akan menekankan isu lapangan kerja dan digitalisasi, sedangkan kepada kelompok ibu rumah tangga akan menekankan pada kesejahteraan keluarga dan pendidikan anak.

#### 8. Instrumen-Instrumen Strategi

Instrumen strategi adalah alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan membangun citra. Dalam konteks Pilkada, instrumen ini bisa berupa media sosial, baliho, spanduk, kampanye tatap muka, video promosi, hingga kegiatan sosial seperti bakti sosial dan kunjungan komunitas.

## 9. Implementasi Strategi

Implementasi merupakan tahap pelaksanaan dari semua strategi yang telah dirancang. Tim sukses bertugas menjalankan strategi ini secara sistematis, mulai dari distribusi logistik, pelaksanaan kampanye, penyebaran konten media, hingga mobilisasi relawan di hari pemilihan.

## 10. Pengendalian Strategi

Pengendalian dilakukan untuk memastikan bahwa strategi berjalan sesuai rencana. Proses ini meliputi monitoring dan evaluasi harian/mingguan, pelaporan dari tim lapangan, dan penyesuaian cepat terhadap dinamika yang terjadi. Pengendalian juga membantu mencegah penyimpangan dari strategi utama yang telah disepakati.

Dalam penelitian ini, penulis merujuk pada konsep strategi politik menurut Peter Schroder sebagai dasar analisis. Schroder memaknai strategi politik sebagai proses penyusunan langkah-langkah terencana yang bertujuan untuk memperoleh dukungan dan kekuasaan dalam suatu kompetisi politik. Strategi ini tidak hanya sebatas teknik kampanye, tetapi mencakup cara seorang aktor politik merespons kondisi lingkungan, menyusun pesan politik, membentuk citra diri, dan membangun relasi dengan publik secara sistematis.

Menurut Peter Schroder, strategi politik melibatkan tiga unsur utama. Pertama, penetapan tujuan politik yang ingin dicapai. Kedua, pemahaman terhadap aktor-aktor yang terlibat serta dinamika lingkungan politik. Ketiga, pemilihan metode atau pendekatan yang dianggap paling efektif untuk mencapai tujuan tersebut.

Citra politik merupakan representasi persepsi publik terhadap kepribadian, integritas, kompetensi, dan nilai-nilai yang dimiliki seorang kandidat. Menurut Newman (1999), dalam era modern, persepsi masyarakat terhadap seorang calon kepala daerah sering kali lebih berpengaruh daripada sekadar program-program yang ditawarkan.

Strategi pembentukan citra ini diawali dengan perumusan identitas politik yang ingin dikomunikasikan kepada publik. Karakteristik yang diinginkan kemudian diartikulasikan melalui berbagai simbol, gaya komunikasi, serta aktivitas sosial yang mendukung konsistensi citra tersebut. Strategi pembentukan citra merupakan bagian penting dari strategi politik secara keseluruhan. Mengacu pada pemikiran Peter Schroder, salah satu elemen kunci dalam strategi politik adalah *target image*, yaitu citra tertentu yang secara sengaja ingin dibangun dan ditanamkan ke dalam pikiran pemilih mengenai seorang tokoh politik atau pasangan calon.

*Target image* menurut Schroder mencakup bagaimana seorang kandidat menampilkan kepribadian, nilai-nilai, gaya komunikasi, dan kedekatannya dengan masyarakat agar sesuai dengan ekspektasi pemilih. Dengan kata lain, pencitraan bukan sekadar penampilan luar, tetapi tentang membentuk kesan yang mendalam dan konsisten untuk membangun kepercayaan dan daya tarik politik.

Penggunaan teori ofensif dan defensif dikarenakan oleh Pilkada Kota Tasikmalaya 2024 diwarnai oleh dinamika yang unik, terutama dengan dominasi pemilih muda berusia 30–35 tahun dan persaingan ketat antar lima pasangan calon. Dalam konteks ini, pasangan Viman Alfarizi Ramadhan dan Dicky Chandra

mengadopsi kombinasi strategi ofensif dan defensif untuk memenangkan kontestasi. Strategi ofensif dipilih sebagai respons terhadap kebutuhan menjangkau pemilih baru. Strategi defensif diterapkan untuk mempertahankan basis dukungan pemilih lama yang telah dimiliki sebelumnya.

Popularitas Dicky Chandra sebagai figur publik dan mantan artis juga dimanfaatkan untuk memperkuat ikatan emosional dengan masyarakat, terutama melalui kampanye tatap muka dan partisipasi dalam kegiatan sosial. Selain itu, dukungan jaringan koalisi partai politik pendukung (Gerindra, Nasdem, Partai Bulan Bintang (PBB), Partai Gelora, dan Partai Ummat). Kombinasi kedua strategi ini terbukti efektif dalam menciptakan dominasi elektabilitas. Strategi ofensif berhasil menarik pemilih baru melalui pendekatan modern, sementara strategi defensif menjaga loyalitas pemilih lama dengan memanfaatkan rekam jejak dan jaringan yang telah terbangun.

#### **2.1.1.1.1 Strategi Ofensif**

Setelah memahami pentingnya pembentukan citra politik sebagai landasan persepsi publik, langkah berikutnya adalah mengupas strategi yang lebih agresif, yaitu strategi ofensif, yang bertujuan untuk memperluas dukungan pemilih dan memperkuat posisi kandidat dalam kontestasi Pilkada. Strategi ofensif merupakan pendekatan yang bersifat menyerang dan digunakan untuk memperluas dukungan, meningkatkan jumlah pemilih, serta membangun basis pemilih yang baru. Dalam konteks kampanye, strategi ini mengedepankan upaya untuk menampilkan perbedaan mencolok dengan lawan politik, yang bertujuan menarik perhatian masyarakat sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif. Strategi ofensif dapat

diterapkan melalui salah satu pendekatan yaitu strategi perluasan pasar. Strategi ini bertujuan untuk membentuk basis pemilih baru di luar basis pemilih tetap yang telah dimiliki oleh partai atau kandidat sebelumnya. Langkah ini dilakukan melalui kampanye yang mempromosikan keunggulan program dan kandidat yang diusung. Dalam hal ini, partai atau kandidat berusaha mengenalkan kepada masyarakat visi, misi, dan program-program unggulan yang diharapkan mampu menarik perhatian pemilih baru. Kampanye yang efektif dalam strategi perluasan pasar sering kali memanfaatkan media massa, media sosial, serta pendekatan personal untuk menjangkau kelompok masyarakat yang sebelumnya belum terjangkau.

Menurut Schroder, strategi ofensif memiliki beberapa karakteristik utama, yaitu:

1. Menampilkan perbedaan yang jelas dan menarik dibandingkan dengan lawan politik.
2. Menonjolkan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh masyarakat bila mendukung pihak yang bersangkutan.
3. Menawarkan keunggulan-keunggulan unik yang tidak dimiliki oleh pesaing. Berusaha menyempurnakan program-program yang dimiliki oleh pihak pesaing.
4. Memberikan janji perubahan yang konkret dan realistis kepada masyarakat.

#### **2.1.1.1.2 Strategi Defensif**

Selain strategi ofensif untuk memperluas basis dukungan, pasangan calon juga menerapkan strategi defensif guna mempertahankan pemilih yang sudah ada dan mengantisipasi serangan dari pesaing politik. Strategi Defensif Berbeda dengan

strategi ofensif, strategi defensif digunakan untuk mempertahankan pangsa pasar politik yang sudah ada dan memastikan keberlangsungan pengaruh partai atau kandidat dalam menghadapi kompetisi. Strategi ini sering kali diterapkan oleh partai atau kandidat yang sudah memiliki dominasi atau pengaruh kuat, namun ingin menghindari penurunan dukungan akibat pergerakan lawan politik.

Strategi defensif dapat diterapkan melalui salah satu pendekatan yaitu Strategi Mempertahankan Pasar. Pendekatan ini bertujuan menjaga kesetiaan pemilih tetap sekaligus meyakinkan pemilih musiman agar kembali mendukung pada Pemilu berikutnya. Dalam strategi ini, kandidat atau partai berusaha memperkuat solidaritas di kalangan pendukung melalui pengingat keberhasilan program-program yang telah dilaksanakan.

1. Memelihara dan memperkuat loyalitas pemilih tetap.
2. Menegaskan keberhasilan program-program yang telah dilaksanakan sebelumnya.
3. Mengaburkan perbedaan dengan lawan politik guna mengurangi daya tarik mereka.

Schroder mengakui adanya kondisi tertentu di mana partai politik atau kandidat dapat menggunakan strategi ofensif dan defensif secara bersamaan. Pendekatan kombinasi ini dikenal sebagai strategi campuran. Strategi campuran memungkinkan partai atau kandidat untuk menyerang lawan sekaligus mempertahankan dukungan yang sudah ada. Strategi ini sering diterapkan dalam situasi kompetisi politik yang sangat dinamis, di mana fleksibilitas dan adaptabilitas menjadi kunci keberhasilan.

**Tabel 2.1 Tinjauan tentang pendekatan-pendekatan dalam strategi ofensif defensif**

<b>Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku</b>	<b>Strategi ofensif memperluas pasar</b>	<b>Strategi defensif mempertahankan pasar</b>
<b>Pemilih</b>	Menarik kelompok pemilih baru	Memelihara pemilih tetap/ pemilih tradisional, memperkuat pemilih musiman
<b>Partai pesaing</b>	Memberi tawaran yang lebih baik (baru) bagi para pemilih kelompok pesaing	Mengaburkan perbedaan
<b>Multiplikator, perekrut, penasihat</b>	Melakukan kampanye pengantar	Insentif, memelihara multiplikator
<b>Lingkungan eksternal</b>	Memanfaatkan perubahan nilai, perubahan struktural, teknologi komunikasi baru	Memanfaatkan data pemilih tetap, memanfaatkan data-data tentang keberhasilan
<b>Produk, Personil, Profil</b>	Program baru yang melengkapi, perubahan dalam profil, mewujudkan keselarasan program/personal	Pemasaran program yang sudah ada, menunjukkan keselarasan program-individu
<b>Anggota, Pemegang jabatan</b>	Perekrutan anggota/ pengembangan SDM	Memberikan kompensasi untuk kemerosotan anggota
<b>Kuangan</b>	Investasi dalam bidang pengembangan dan humas	Investasi dalam bidang humas
<b>Organisasi</b>	Mempersiapkan organisasi untuk kelompok target baru, memfasilitasi partisipasi partisipasi kelompok target baru, memelihara anggota baru	Mempermudah proses, mengembangkan rutinitas, menurunkan biaya

Sumber : Buku Strategi Politik, Peter Schorder hal. 166

### 2.1.2 Pilkada

Pilkada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan salah satu manifestasi utama dari demokrasi lokal di Indonesia (Simamora, 2011). Dalam sistem ini, masyarakat diberikan hak untuk memilih secara langsung pemimpin daerah mereka, yang meliputi Gubernur, Bupati, dan Wali Kota beserta wakilnya. Pilkada tidak hanya menjadi sarana untuk menjalankan desentralisasi kekuasaan,

tetapi juga mencerminkan komitmen bangsa Indonesia terhadap prinsip-prinsip demokrasi (Suyatno, 2016).

Dasar hukum penyelenggaraan Pilkada diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016, yang memberikan kerangka normatif bagi pelaksanaannya. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah menjadi dasar hukum bagi pelaksanaan pemilihan kepala daerah (Pilkada) langsung yang pertama kali dalam sejarah politik Indonesia. Sebenarnya, ide Pilkada langsung dapat diimplemenTasikan berdasarkan ketentuan Pasal 23 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1957 tentang Pokok-Pokok Pemerintahan Daerah. Namun, hingga undang-undang tersebut dicabut, tidak ada peraturan yang dibuat secara khusus untuk mengatur Pilkada langsung sebagaimana dimaksud dalam penjelasan Pasal 23.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1957 diterapkan pada sistem pemerintahan federal yang berdasarkan Konstitusi Republik Indonesia Serikat (RIS) dan Undang-Undang Sementara Tahun 1950. Sebaliknya, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 lahir dalam konteks Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berlandaskan Undang-Undang Dasar 1945.

Pada pelaksanaannya, Pilkada didasarkan pada asas-asas utama demokrasi, yaitu langsung, umum, bebas, rahasia , jujur, dan adil (LUBER dan JURDIL) (Arifulloh, 2016). Setiap warga negara yang memenuhi syarat berhak untuk memberikan suara secara langsung, tanpa perantara, dalam suasana yang bebas dari tekanan. Kerahasiaan pilihan juga dijamin, sehingga independensi pemilih tetap terjaga. Selain itu, seluruh proses harus dilakukan secara jujur dan adil agar hasil Pilkada mencerminkan keinginan rakyat.

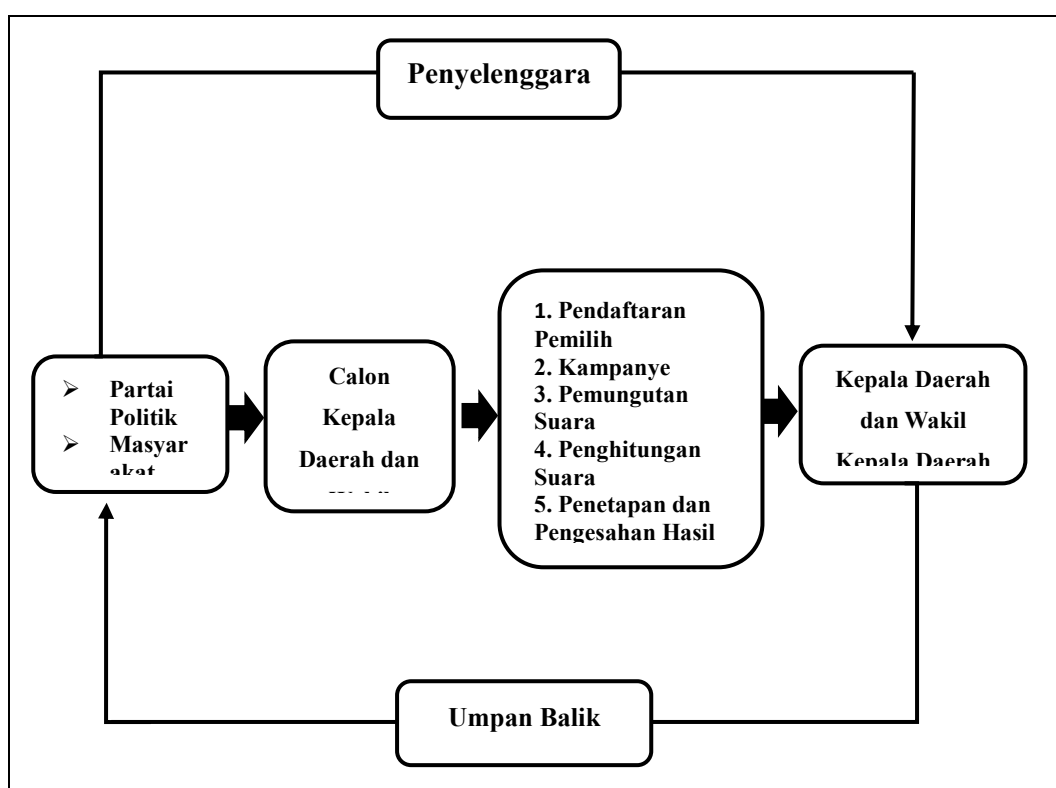


David Easton, dalam bukunya *Pemilihan Kepala Daerah Langsung* (2005), menjelaskan bahwa setiap sistem memiliki setidaknya tiga karakteristik utama: (1) terdiri atas berbagai komponen, (2) komponen-komponen tersebut saling berinteraksi dan bergantung satu sama lain, serta (3) memiliki batasan yang memisahkan sistem dari lingkungannya yang juga terdiri atas sistem-sistem lain. Sebagai sebuah sistem, seperti yang dijelaskan oleh David Easton, mekanisme Pilkada langsung memiliki berbagai komponen yang berfungsi sebagai sistem sekunder maupun sub-sistem (Easton, 1984).

Sejak masa awal kemerdekaan, mekanisme Pilkada telah mengalami berbagai perubahan. Pada mulanya, kepala daerah dipilih secara tidak langsung melalui Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) (Fatkhurohman, 2010). Sistem ini kemudian mendapat kritik karena dianggap kurang mencerminkan aspirasi rakyat secara langsung. Reformasi 1998 menjadi momen penting dalam sejarah politik Indonesia, termasuk dalam hal Pilkada. Dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, sistem pemilihan langsung mulai diterapkan, memungkinkan masyarakat untuk terlibat secara aktif dalam menentukan pemimpin mereka. Perubahan ini membawa dampak besar, termasuk peningkatan legitimasi kepala daerah yang terpilih serta penguatan hubungan antara pemerintah daerah dan masyarakat. Transformasi ini juga menandai langkah maju dalam pelaksanaan desentralisasi, di mana daerah diberikan otonomi untuk mengelola urusannya sendiri berdasarkan kebutuhan lokal (Hoesein, 2016).

Menurut (Prihatmoko, 2005) aktor utama dalam pelaksanaan Pilkada langsung terdiri atas rakyat, partai politik, dan calon kepala daerah. Ketiga aktor

tersebut berperan secara langsung dalam berbagai kegiatan yang menjadi bagian dari tahapan-tahapan Pilkada langsung, seperti proses pendaftaran pemilih, pendaftaran calon, penetapan calon, kampanye, pemungutan dan penghitungan suara, hingga penetapan hasil Pemilu. Keseluruhan tahapan tersebut dapat direpresenTasikan melalui bagan berikut:



Sumber : Pemilihan Kepala Daerah Langsung, Joko J. Prihatmoko hal. 206

**Gambar 2.1 Proses Pilkada**

Menurut (Anggara, 2015) Penyelenggaraan Pilkada dilakukan melalui serangkaian tahapan yang saling berkaitan. Tahapan pertama adalah penetapan Daftar Pemilih Tetap (DPT), yang bertujuan untuk memastikan bahwa hanya warga negara yang memenuhi syarat dapat berpartisipasi dalam pemilihan. Selanjutnya, partai politik atau gabungan partai mengajukan pasangan calon kepala daerah.

Selain itu, jalur independen juga terbuka bagi individu yang mampu memenuhi persyaratan tertentu, seperti dukungan masyarakat dalam jumlah yang ditentukan. Setelah pasangan calon ditetapkan, masa kampanye menjadi tahap penting untuk memperkenalkan visi, misi, dan program kerja kepada masyarakat. Kampanye sering kali berfokus pada isu-isu lokal yang relevan, sehingga pemilih dapat mengevaluasi kandidat berdasarkan kebutuhan wilayah mereka. Tahapan berikutnya adalah pemungutan suara, di mana masyarakat memberikan suara mereka secara langsung. Hasil dari proses ini dihitung untuk menentukan pasangan calon yang memperoleh suara terbanyak. Jika terjadi sengketa hasil, penyelesaian dilakukan melalui Mahkamah Konstitusi sebagai otoritas hukum tertinggi.

Pilkada memegang peranan penting dalam memperkuat demokrasi di tingkat lokal. Dengan memberikan hak kepada rakyat untuk memilih pemimpin mereka, Pilkada menciptakan akuntabilitas dan meningkatkan responsivitas pemerintah terhadap kebutuhan masyarakat (Syarifudin, 2022). Selain itu, Pilkada juga mendorong partisipasi politik yang lebih luas, memberikan pendidikan politik kepada masyarakat, dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya demokrasi. Pemimpin daerah yang terpilih melalui Pilkada diharapkan mampu merepresentasikan aspirasi masyarakat serta membawa perubahan positif bagi wilayah yang mereka pimpin. Proses ini menjadi cerminan langsung dari prinsip kedaulatan rakyat, di mana rakyat memiliki kontrol atas arah pembangunan daerah (Mirasuddin, 2022).

Dalam Pelaksanaan Pilkada Meski memiliki peranan strategis, Pilkada tidak terlepas dari berbagai tantangan. Politik uang, rendahnya partisipasi pemilih, dan

potensi konflik antar pendukung sering kali menjadi hambatan dalam menciptakan Pilkada yang berkualitas (Rumbekwan & Sohilait, 2020). Untuk mengatasi hal ini, diperlukan upaya bersama dari pemerintah, penyelenggara Pemilu, dan masyarakat untuk menjaga integritas proses demokrasi ini. Pendidikan politik yang berkelanjutan menjadi kunci untuk meningkatkan kualitas Pilkada. Dengan pemahaman yang lebih baik, masyarakat diharapkan mampu membuat keputusan yang lebih bijaksana dalam memilih pemimpin daerah mereka. Dalam konteks Pilkada 2024, analisis terhadap strategi politik pasangan calon seperti Viman-Dicky dapat memberikan wawasan tentang dinamika politik lokal. Cara mereka menyusun kampanye dan menjalin komunikasi dengan pemilih mencerminkan harapan masyarakat terhadap pemimpin yang mampu membawa perubahan. Pilkada merupakan salah satu fondasi utama demokrasi lokal di Indonesia. Melalui mekanisme ini, rakyat memiliki hak untuk menentukan pemimpin yang sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi mereka.

Seiring berjalannya waktu dan juga globalisasi yang dimana teknologi seperti media sosial dan juga teknologi lainnya berkembang, secara tidak langsung memberikan kebaruan pada bagaimana Pilkada dilakukan yang sudah berbasis pada teknologi. Perkembangan ini bukan hanya berpengaruh pada bagaimana teknis penyelenggaraan Pilkada tetapi juga pada bagaimana kontestan atau calon mencari pemilih untuk kepentingan kemenangan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

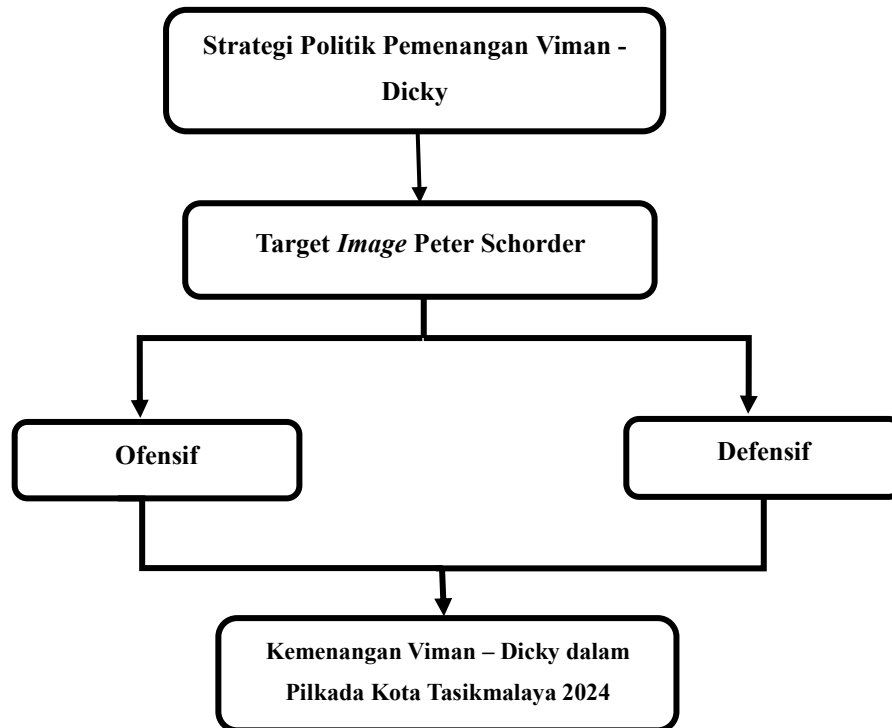
**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

Judul Penelitian & Penulis	Metode	Temuan	Persamaan	Perbedaan
Strategi Calon Wali Kota Surabaya 2020 Eri cahyadi dan Armuji dalam Memenangkan Pilwali di Surabaya. (Sholihatus Ulfa dan Warsono, 2022). (Ulfa & Warsono, 2021)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi	Strategi kampanye dilakukan melalui pendekatan langsung seperti door-to-door, pertemuan terbatas, dan kunjungan sosial, dengan tetap mematuhi protokol kesehatan akibat pandemi COVID-19. Strategi ofensif digunakan untuk menarik pemilih baru dengan menonjolkan perbedaan dari lawan dan memanfaatkan dukungan tokoh masyarakat serta isu politik. Sementara itu, strategi defensif dijalankan dengan mengandalkan dukungan mantan Wali Kota Tri Rismaharini guna mempertahankan basis pemilih. Dukungan PDI-Perjuangan serta peran strategis tim pemenangan turut menjadi faktor penting dalam keberhasilan kampanye.	Menggunakan teori strategi politik ofensif dan defensif dari peter schroder untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi	Memanfaatkan dukungan dari tokoh politik seperti Tri Rismaharini, dan penggunaan isu-isu politik untuk memberikan <i>image</i> negatif terhadap lawan.
Strategi Pemenangan Pasangan Calon H. Muhammad Ja'far Sukhairi Nasution Dan Atika Azmi Utammi Nasution Dalam Pemilihan Kepala	Penelitian ini menggunakan Metode pendekatan penelitian Kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan studi	Pasangan calon Jakfar–Atika menerapkan strategi kampanye melalui pendekatan kepada tokoh masyarakat, pemuda, dan kalangan akademisi. Mereka mengoptimalkan sinergi antara tim pemenangan dan partai politik sebagai mesin penggerak utama. Kampanye dilakukan dengan menyesuaikan nilai-nilai budaya lokal serta menysasar generasi	Pendekatan kepada tokoh masyarakat, pemuda, dan kaum milenial menjadi aspek yang serupa.	Berfokus pada strategi yang berbasis kebudayaan lokal di Mandailing Natal, mencerminkan kearifan lokal sebagai kekuatan

Daerah Di Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2020. (Rusdi, A., 2022)	dokumentasi	muda atau kaum milenial sebagai bagian dari segmentasi pemilih strategis.		utama dalam kampanye.
Strategi Pemenangan Fahmi Massiara-Lukman Dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2015 Di Kabupaten Majene. (Napir, S., 2016)	Metode penelitian menggunakan metode kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, studi pustaka dan dokumentasi.	Strategi pemenangan Fahmi Massiara-Lukman dalam Pilkada Majene 2015 menggabungkan strategi ofensif dan defensif. Strategi ofensif dilakukan melalui perluasan basis pemilih dengan membentuk kelompok baru dan menyasar wilayah kekuatan lawan, yang dijalankan oleh tim pemenangan yang terdiri dari Tim Keluarga, Koalisi Partai, Relawan, dan tim-tim kecil lainnya. Hasilnya, pasangan ini meraih 40.451 suara atau sekitar 45%. Sementara strategi defensif diterapkan melalui politik pencitraan dan agenda setting, termasuk pengaturan “bapak angkat” di setiap TPS sebagai pengendali suara, pemanfaatan jaringan darah biru, dan pembentukan tim terpadu untuk menjaga stabilitas dukungan di basis yang sudah ada.	Membangun dukungan melalui strategi yang dirancang dengan baik, termasuk pendekatan kepada berbagai segmen masyarakat.	Berfokus pada pengaruh lokal dan jaringan darah biru di Majene
Strategi Politik dalam Pemenangan Lismidianto-Herlian Muchrim pada Pemilihan Kepala	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data	Strategi politik menggunakan taktik ofensif dan defensif. Taktik ofensif menggagalkan rencana petahana untuk melawan Kotak kosong dan mengeksploitasi kelemahan petahana	Menganalisis menggunakan teori tentang strategi politik, termasuk konsep	Penelitian lebih menonjolkan pendekatan tradisional berbasis komunitas dan

Daerah Kaur Tahun 2020. (Hafsari <i>et al.</i> , 2024)	melalui wawancara semi-terstruktur, baik secara langsung maupun daring, serta studi pustaka yang mencakup jurnal, buku, dan media massa.	terkait isu korupsi dan nepotisme. Mereka juga berhasil mendapatkan dukungan dari beberapa partai politik. Sedangkan, taktik defensif Mempertahankan dukungan di wilayah basis seperti Padang Guci dengan memanfaatkan ikatan emosional berbasis kesukuan dan kekerabatan.	ofensif, defensif	memanfaatkan kelemahan petahana
Analisis Strategi Pemenangan Partai Kebangkitan Bangsa Dalam Pemilihan WaliKota Dan Wakil WaliKota Probolinggo Tahun 2018. (Marga & Publik, 2020).	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dalam Pemilihan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Probolinggo tahun 2018 menerapkan tiga strategi politik. Pertama, strategi penguatan dilakukan dengan membuktikan janji-janji kampanye melalui kebijakan pro-publik, seperti anggaran berorientasi gender, guna memperkuat citra partai di mata pemilih. Kedua, strategi rasionalisasi diterapkan ketika terdapat ketidaksesuaian antara citra yang dibangun dan kinerja aktual kandidat, agar persepsi pemilih tetap terjaga. Ketiga, strategi bujukan digunakan ketika citra partai atau kandidat tidak sesuai dengan persepsi pemilih.	Penelitian menyoroti pentingnya strategi politik yang terstruktur dan adaptif terhadap konteks lokal.	Mengidentifikasi beberapa strategi seperti penguatan, rasionalisasi, bujukan, dan konfrontasi

### 2.3 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran**

Pilkada Kota Tasikmalaya 2024 merupakan momen strategis bagi pasangan calon Viman-Dicky untuk meraih kemenangan dalam kontestasi politik yang kompetitif. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, strategi politik yang tepat sangat dibutuhkan. Pendekatan yang relevan dalam analisis ini adalah dengan menggunakan teori strategi politik yang dikemukakan oleh Peter Schroder, yang mencakup target *image*, ofensif dan defensif. Kerangka berpikir penelitian ini akan dibangun dengan mengintegrasikan teori strategi politik dari Peter Schroder ke dalam konteks Pilkada Kota Tasikmalaya 2024. Dalam penerapannya, Viman-Dicky menggunakan strategi pembentukan citra yang menjadi modal utama atau pembeda dari calon lain. Strategi pembentukan citra ini selaras dengan konsep target image dari Peter Schroder, yaitu gambaran ideal yang ingin ditanamkan



dalam benak pemilih. Target image inilah yang menjadi dasar dari seluruh aktivitas kampanye dan komunikasi pasangan calon untuk memengaruhi persepsi kelompok sasaran secara terstruktur. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan strategi ofensif dan defensif, baik secara individual maupun dalam bentuk kombinasi, oleh pasangan calon Viman-Dicky untuk meningkatkan elektabilitas mereka serta meraih kemenangan dalam Pilkada. Berdasarkan teori Peter Schroder, penelitian ini akan menganalisis bagaimana pasangan Viman-Dicky memanfaatkan strategi ofensif, perluasan untuk menarik dukungan pemilih baru dan memperkuat potensi kandidat. Selain itu, strategi defensif yang bertujuan menjaga loyalitas pemilih tetap dan memperkokoh pengaruh politik akan menjadi fokus perhatian. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi kemungkinan penerapan strategi campuran sebagai upaya adaptasi dalam menghadapi dinamika politik lokal di Kota Tasikmalaya. Tujuan dari penelitian ini adalah fokus di pembangunan citra yang dilakukan oleh pasangan calon Viman-Dicky dalam merancang dan menerapkan strategi politik yang sesuai dengan teori Peter Schroder, sehingga dapat memengaruhi pilihan pemilih dan mengarahkan mereka pada kemenangan dalam Pilkada 2024.