

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA PEMILU 2024  
(Studi Kasus Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga)**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Oleh**

**EMIR FARAN HERMAWAN**

**21321008**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2025**

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA PEMILU 2024  
(Studi Kasus Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga)**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana**

**Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya**

**Universitas Islam Indonesia**

**Oleh**

**EMIR FARAN HERMAWAN**

**21321008**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**20**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA PEMILU 2024  
(Studi Kasus Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga)**



الجمهورية الإسلامية  
الاستاذة الباندية

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA PEMILU 2024**  
**(Studi Kasus Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga)**

Disusun oleh

**EMIR FARAN HERMAWAN**

**21321008**

Telah Diuji dan disahkan oleh Dosen Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

Pada Hari : Minggu  
Tanggal : 6 Juli 2025

Dosen Penguji :

Ketua : Anggi Arif Fudin Setiadi, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIDN 0511119003

Anggota : Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A.  
NIDN 0512048302

الجمعة الاستاذة الانيسة  
Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

  
**Dr. Zaki Habibi, S.IP., M.Comms.**  
NIDN 0517078101

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Emir Faran Hermawan  
Nomor Mahasiswa : 21321008  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Budaya Universitas Islam Indonesia

Dengan ini menyatakan hal – hal sebagai berikut:

1. Selama proses penyusunan skripsi ini, saya tidak melakukan pelanggaran akademik dalam bentuk apa pun, termasuk pada plagiarisme, penggunaan jasa penulisan karya ilmiah oleh pihak lain, atau bentuk pelanggaran lainnya yang bertentangan dengan prinsip dan etika akademik yang dijunjung tinggi oleh Universitas Islam Indonesia.
2. Oleh karena itu, skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri sebagai penulis, dan bukan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain.
3. Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya memanfaatkan teknologi Generative Artificial Intelligence serta bertanggung jawab dan terbatas pada aspek-aspek berikut:
  - a. ChatGPT dari OpenAI dimanfaatkan untuk merancang struktur awal skripsi, mencakup penyusunan kerangka bab dan subbab sesuai dengan topik penelitian yang diangkat.
  - b. Perplexity digunakan untuk memeriksa dan menyempurnakan tata bahasa dan ejaan dalam beberapa bagian naskah, guna menyesuaikannya dengan kaidah Bahasa Indonesia yang baku.
  - c. Gemini dari Google bertujuan untuk menyusun kembali kalimat atau paragraf secara lebih terstruktur dan komunikatif, tanpa mengubah substansi analisis atau data dalam penelitian.
  - d. Grammarly digunakan sebagai alat pemeriksa awal untuk mendeteksi potensi plagiarisme sebelum naskah diserahkan kepada Program Studi Ilmu Komunikasi untuk dilakukan pemeriksaan lebih lanjut melalui Turnitin.

4. Apabila di kemudian hari, setelah saya dinyatakan lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti yang meyakinkan bahwa skripsi ini bukan merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri, melainkan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 16 Juli 2025

Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Emir', written in a cursive style.

Emir Faran Hermawan

21321008

## **MOTTO**

Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan.

Dia telah menciptakan manusia dari 'alaq.

Yang mengajar manusia dengan pena.

Dia mengajar manusia apa yang tidak diketahuinya. (QS. Al-'Alaq (96): 1 – 5)

Setiap perjalanan selalu dimulai dari langkah awal, dan sekecil apa pun langkah itu, tetap akan mendekatkan kita pada tujuan. Tantangan yang muncul merupakan bagian dari proses yang harus dijalani meski terkadang tidak menyenangkan, percayalah bahwa segala usaha tidak akan pernah sia-sia. Waktu yang kita curahkan, entah itu dalam hitungan detik, menit, jam, hari, minggu, atau bulan, akan membuahkan hasil. Teruslah yakin dan percaya bahwa dedikasi kita dalam dunia pendidikan bukan hanya untuk diri sendiri, tetapi juga demi membanggakan kedua orang tua dengan senyuman kebahagiaan mereka.

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segenap rasa syukur dan kasih sayang, saya mempersembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua saya, yang selalu menjadi penopang utama dan sumber semangat dalam setiap fase kehidupan saya. Segala keberhasilan dan kemudahan yang saya raih tidak lepas dari doa-doa tulus yang mereka panjatkan dalam sujud terakhirnya.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

*Alhamdulillah Rabbil 'Alamin*, segala puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Rahmat dan keselamatan semoga terlimpah atas paling mulianya Nabi Muhammad SAW, juga atas nama keluarga dan para sahabat, serta kepada yang mengikuti mereka dalam kebenaran sampai akhirat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA PEMILU 2024 (Studi Kasus Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga)”.

Proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Parwito dan Mama Mulsaptini, selaku orang tua tercinta penulis, yang telah membesarkan, membimbing, dan memberikan kasih sayang kepada penulis sehingga penulis bisa berada di titik ini.
2. Anggi Arif Fudin Setiadi, S.I.Kom., M.I.Kom. yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan selama proses penelitian ini. Setiap saran dan kritik yang diberikan kepada penulis, sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
3. Dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang selalu memfasilitasi serta memberikan sarana dan masukan untuk penulis selama masa penelitian.
4. Dosen dan Staff Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Dakiyah Hasna Salsabila, *support system keren* yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis selama menyusun penelitian ini.
6. Teman-teman *kece* pasukan ngapak, Dihya Maulana Hisyam, M. Zidan Ardea Saputra, Irham Asfahani, M. Tsaqif Arkan yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis selama menyusun penelitian ini.

7. Teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2021, yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu, terima kasih telah berjuang bersama-sama.
8. Emir Faran Hermawan, diri saya sendiri yang telah mengerahkan waktu, tenaga, dan usaha dalam penyusunan penelitian ini.

Demikian kata pengantar ini penulis sampaikan. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat kepada seluruh pihak yang ikut terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pembaca serta pengembang ilmu pengetahuan. Semoga setiap usaha dan kerja keras yang telah dilakukan mendapatkan berkah dan ridho dari Allah SWT.

Penulis menyadari dalam dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, sehingga penulis ucapkan permohonan maaf yang sebenar-benarnya. Penulis juga mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa depan.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Yogyakarta, 6 Juli 2025

Peneliti



Emir Faran Hermawan

## DAFTAR ISI

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA PEMILU 2024 (Studi Kasus Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga) .....	i
STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA PEMILU 2024 (Studi Kasus Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga) .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	iv
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
1. Manfaat Praktis.....	12
2. Manfaat Teoritis.....	12
E. Penelitian Terdahulu .....	13
F. Kerangka Teori .....	17
1. Komunikasi Politik.....	17
2. Strategi Komunikasi dalam Dunia Politik.....	19
G. Metode Penelitian .....	22
1. Jenis Penelitian .....	22

2.	Waktu dan Lokasi Penelitian .....	23
3.	Pemilihan Narasumber .....	23
4.	Pengumpulan Data.....	24
5.	Analisis Data .....	25
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....		27
A.	Profil Wilayah Kabupaten Purbalingga .....	27
B.	Sejarah dan Perkembangan Relawan Bolone Mase .....	28
C.	Struktur Organisasi Relawan Bolone Mase Purbalingga .....	29
D.	Program Unggulan Relawan Bolone Mase .....	31
BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....		36
A.	Temuan Penelitian .....	36
a.	Strategi Komunikasi Politik Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga.	36
b.	Keberhasilan Relawan Bolone Mase Semasa Pemilu 2024 di Kabupaten Purbalingga.....	42
c.	Tantangan dan Hambatan dalam Menjalankan Strategi Komunikasi Politik Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga.....	45
B.	Pembahasan .....	47
a.	Strategi Yang Di Gunakan Relawan Bolone Mase .....	47
b.	Keberhasilan Relawan Bolone Mase .....	50
c.	Cara Menangani Permasalahan Internal Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga	53
BAB IV PENUTUP.....		56
A.	Simpulan.....	56
B.	Keterbatasan Penelitian .....	60
C.	Saran/Rekomendasi .....	60
Daftar Pustaka .....		62
LAMPIRAN .....		66
A.	LAMPIRAN I : Draft Wawancara .....	66
B.	LAMPIRAN II : Dokumentasi Wawancara.....	68
C.	LAMPIRAN III : Surat Permohonan Pengambilan Data Skripsi.....	69
D.	LAMPIRAN IV : Keterangan Telah Melakukan Penelitian/Projek Tugas Akhir....	70

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2 Nama dan Jabatan Narasumber .....	24
--	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komunikasi Politik dari "yang memerintah" ke "yang diperintah".....	4
Gambar 1. 2 Komunikasi Politik Berupa Kritik dari “yang diperintah” terhadap “yang memerintah” .....	5
Gambar 1. 3 JUMLAH ANGGOTA DPRD DI KABUPATEN PURBALINGGA .....	8
Gambar 1. 4 Data Rincian Perolehan Suara Pasangan Calon Presiden & Wakil Presiden di Kabupaten Purbalingga.....	9
Gambar 2. 1 Lambang Kabupaten Purbalingga.....	27
Gambar 2. 2 Lambang Bolone Mase .....	28
Gambar 2. 3 Program Kasih Gibran .....	32
Gambar 2. 4 Angkringan Bolone Mase .....	33
Gambar 3. 1 Predikat Indeks Pembangunan Literasi Masyarakat (IPLM) Kabupaten Purbalingga.....	38
Gambar 3. 2 Desain Kaos Bolone Mase.....	41
Gambar 3. 3 Turnamen Mobile Legends Bolone Mase.....	43
Gambar 3. 4 Angkringan Bolone Mase Purbalingga.....	45

## ABSTRAK

**Hermawan, E. F. 21321008 (2025). STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA PEMILU 2024 (Studi Kasus Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga). (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga dalam mendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka pada Pemilu 2024. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena kemenangan pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka di daerah yang secara historis merupakan basis kekuatan PDI Perjuangan, yaitu Kabupaten Purbalingga. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus, serta teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik relawan bersifat konvensional namun efektif. Strategi tersebut mencakup pendekatan *door-to-door*, diskusi di warung kopi, penguatan jejaring kekeluargaan, dan pelibatan komunitas lokal. Pesan yang disampaikan menekankan pada keberlanjutan program pemerintahan sebelumnya dan simbolisasi dukungan melalui distribusi atribut kampanye seperti kaos. Pendekatan berbasis emosional dan kedekatan komunitas terbukti meningkatkan partisipasi dan dukungan masyarakat, terutama di kalangan pemilih muda dan akar rumput. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik berbasis lokal dan kultural dapat menjadi kunci keberhasilan kampanye, terutama di daerah dengan literasi digital yang rendah. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian komunikasi politik lokal dan memberikan referensi strategi kampanye yang partisipatif dan kontekstual.

**Kata kunci:** strategi komunikasi politik, relawan, Bolone Mase, kampanye akar rumput, Pemilu 2024, Purbalingga

## ABSTRACT

**Hermawan, E. F. 21321008 (2025). POLITICAL COMMUNICATION STRATEGY IN THE 2024 GENERAL ELECTION (A Case Study of Bolone Mase Volunteers in Purbalingga Regency). (Undergraduate Thesis). Communication Science Study Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia.**

This study aims to analyze the political communication strategies employed by the Bolone Mase Volunteers in Purbalingga Regency to support the presidential and vice-presidential candidates Prabowo Subianto and Gibran Rakabuming Raka during the 2024 General Election. The research is motivated by the electoral victory of the Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka pair in a region historically considered a stronghold of the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDI-P). A qualitative approach with a case study design was applied, utilizing in-depth interviews, participant observation, and document analysis as data collection methods. The findings reveal that the volunteers primarily relied on conventional but effective communication strategies, including door-to-door outreach, informal discussions in local coffee stalls, the use of familial and community networks, and the distribution of symbolic campaign materials such as t-shirts. The core messages emphasized the continuity of previous government programs and fostered emotional resonance with the grassroots. These community-based and emotionally driven strategies significantly increased public engagement and support, particularly among young voters. This research contributes to the broader discourse on local political communication and provides valuable insights into participatory and contextually grounded campaign strategies.

**Keywords:** political communication strategy, volunteers, Bolone Mase, grassroots campaign, 2024 General Election, Purbalingga

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Strategi komunikasi memainkan peran penting dalam kegiatan kampanye politik, baik yang dilakukan oleh partai, calon legislatif, maupun calon kepala daerah. Pemahaman mendalam mengenai komunikasi politik menjadi dasar yang diperlukan untuk memahami strategi politik secara efektif (Khoirul Muslimin, 2019).

Dalam konteks politik, strategi komunikasi bukan sekadar proses menyampaikan pesan, tetapi mencakup perencanaan, pengemasan, penyampaian, dan evaluasi pesan politik secara sistematis, terarah, dan efektif kepada khalayak atau konstituen yang dituju. Strategi komunikasi menjadi instrumen utama untuk membentuk citra (*image building*), memengaruhi opini publik (*public opinion*), membangun kepercayaan (*trust building*), serta memperoleh legitimasi dan dukungan suara dalam pemilihan umum maupun dalam aktivitas politik jangka panjang. Melalui strategi komunikasi yang tepat, seorang calon atau partai politik dapat menjangkau kelompok sasaran secara lebih efisien dan dapat menyampaikan program, visi, misi, serta nilai-nilai yang mereka perjuangkan secara persuasif dan meyakinkan.

Dalam praktiknya, strategi komunikasi politik melibatkan banyak aspek, seperti pemilihan media komunikasi (media massa, media sosial, tatap muka), penentuan gaya bahasa yang sesuai (formal, informal, populis), pengaturan waktu penyampaian pesan (*timing*), serta penyusunan narasi atau isu yang dapat menarik perhatian publik dan menyentuh kebutuhan atau aspirasi masyarakat.

Menurut Khoirul Muslimin (2019), pemahaman yang mendalam terhadap komunikasi politik menjadi dasar utama dalam menyusun strategi politik yang efektif. Artinya, seseorang atau tim yang bertugas menyusun strategi komunikasi harus terlebih dahulu menguasai konsep-konsep dasar komunikasi politik, seperti hubungan antara komunikasi dan kekuasaan, pola komunikasi antara *elite* dan massa, penggunaan simbol politik, serta dinamika persepsi publik dalam ruang demokrasi.

Tanpa landasan teoritis dan praktis yang kuat dalam komunikasi politik, strategi komunikasi yang dijalankan berisiko gagal mencapai tujuan. Misalnya, pesan politik bisa saja tidak dipahami oleh publik, salah sasaran, atau bahkan

menimbulkan resistensi dan penolakan. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang berhasil bukan hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh konteks sosial, budaya, dan politik tempat pesan tersebut disampaikan.

Sebagai contoh konkret, dalam kampanye seorang calon gubernur, strategi komunikasi mencakup bagaimana calon tersebut menyusun narasi personal yang kuat (misalnya tentang rekam jejak atau kedekatannya dengan rakyat), bagaimana ia menyampaikan program-program kerja yang realistis, serta bagaimana ia memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pemilih milenial. Semua elemen tersebut harus disusun berdasarkan pemahaman yang matang tentang karakter pemilih, kondisi politik lokal, dan kekuatan media yang tersedia.

Komunikasi politik adalah suatu metode penyampaian pesan yang terarah, yang bertujuan untuk menghasilkan dampak tertentu dan menciptakan keterlibatan berbagai elemen kelompok dalam suatu isu atau permasalahan yang sedang didiskusikan (Nur, 2019). Komunikasi politik memegang peranan krusial dalam kampanye politik, terutama di era modern yang ditandai dengan penyebaran informasi yang cepat melalui beragam media. Kampanye politik tidak hanya bertujuan memperkenalkan kandidat, tetapi juga membentuk citra positif, mempengaruhi opini publik, dan mendorong pemilih untuk mendukung kandidat tertentu. Karenanya, strategi komunikasi yang efektif menjadi kunci keberhasilan kampanye politik (Alfiyani, 2018).

Perbedaan antara komunikasi politik sebagai bidang kajian (*field*) dan komunikasi politik sebagai metode (*method*) terletak pada cara pandang terhadap objek dan fungsi komunikasi itu sendiri dalam suatu penelitian. Ketika komunikasi politik diposisikan sebagai bidang kajian, maka komunikasi politik menjadi inti dari objek yang diteliti.

Dalam hal ini, komunikasi politik berdiri sebagai cabang ilmu komunikasi yang secara khusus mempelajari bagaimana pesan-pesan politik dikonstruksi, disampaikan, diterima, serta bagaimana pesan-pesan tersebut memengaruhi perilaku politik individu maupun masyarakat. Fokusnya bukan hanya pada siapa yang berbicara dan apa yang disampaikan, tetapi juga pada bagaimana komunikasi tersebut membentuk citra politik, menciptakan pengaruh, dan memobilisasi dukungan dalam konteks kekuasaan.

Oleh karena itu, komunikasi politik sebagai bidang kajian berusaha memahami dinamika relasi antara aktor politik, media, dan publik dalam ranah

komunikasi secara menyeluruh. Sebaliknya, ketika komunikasi politik digunakan sebagai metode, maka komunikasi politik tidak lagi diposisikan sebagai objek utama penelitian, melainkan sebagai pendekatan atau alat bantu untuk memahami fenomena lain yang lebih luas. Dalam konteks ini, komunikasi politik menjadi instrumen analisis yang dipakai untuk menjelaskan bagaimana suatu peristiwa atau dinamika politik berlangsung, khususnya dalam ranah-ranah di luar ilmu komunikasi seperti ilmu pemerintahan, sosiologi politik, atau ilmu kebijakan publik.

Misalnya, dalam kajian kebijakan publik, komunikasi politik bisa digunakan untuk menganalisis bagaimana pemerintah mengkomunikasikan kebijakan tertentu kepada masyarakat, bagaimana strategi penyampaian pesan berdampak pada penerimaan publik, atau bagaimana konflik politik diselesaikan melalui proses komunikasi. Dengan kata lain, komunikasi politik sebagai metode digunakan untuk membaca dan memahami dimensi komunikasi dalam sebuah fenomena politik, tetapi tidak menjadikan komunikasi itu sendiri sebagai pusat utama kajian.

Dalam konteks penelitian ini, di mana fokus utamanya adalah untuk menelusuri bagaimana strategi komunikasi yang dijalankan oleh relawan Bolone Mase berperan dalam mendukung kemenangan pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka di Kabupaten Purbalingga, maka komunikasi politik diposisikan sebagai bidang kajian.

Penelitian ini secara eksplisit ingin memahami proses komunikasi yang dilakukan oleh relawan politik, strategi yang mereka gunakan, bentuk pesan yang mereka sampaikan, serta respon masyarakat terhadap komunikasi tersebut. Dengan demikian, komunikasi politik menjadi jantung dari analisis, bukan sekadar alat bantu untuk memahami dinamika pemilu, tetapi sebagai objek utama yang dikaji secara mendalam.

Menurut Indra & Wahid (2021), komunikasi politik merupakan interaksi yang luas mencakup pesan-pesan politik, aktor-aktor yang terlibat, serta isu-isu mengenai kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan publik. Komunikasi ini tidak terbatas pada kegiatan formal seperti kampanye atau pidato resmi, tetapi juga mencakup percakapan sehari-hari masyarakat, diskusi di media sosial, hingga obrolan informal di warung kopi. Aktor yang terlibat sangat beragam, mulai dari politisi, partai politik, pejabat pemerintah, kelompok kepentingan, aktivis, hingga warga biasa, dengan berbagai pesan politik yang disampaikan seperti propaganda, sosialisasi kebijakan, kritik terhadap kebijakan, maupun opini pribadi mengenai kondisi politik saat ini.

Menurut Hasfi (2019), dalam perspektif yang lebih luas, komunikasi politik dapat diartikan sebagai dialog berkelanjutan antara pihak yang memegang kekuasaan ("yang memerintah") dan masyarakat yang dipengaruhi oleh keputusan politik ("yang diperintah"). "Yang memerintah" tidak hanya terbatas pada pemerintah formal, tetapi juga mencakup berbagai pihak yang memiliki kekuasaan dan pengaruh dalam pengambilan keputusan politik, seperti partai politik, kelompok bisnis, atau tokoh masyarakat berpengaruh. Sedangkan "yang diperintah" merujuk pada masyarakat luas yang hak dan kepentingannya terdampak oleh keputusan-keputusan politik tersebut.

Di Indonesia, komunikasi politik antara "yang memerintah" dan "yang diperintah" dapat terlihat dalam berbagai bentuk.



**Gambar 1. 1**  
**Komunikasi Politik dari "yang memerintah" ke "yang diperintah"**

Sebagai contoh, sebagaimana ditunjukkan dalam berita yang telah disampaikan sebelumnya, pemerintah memanfaatkan *platform* media daring atau media berita *online* sebagai sarana untuk menyebarkan informasi kepada publik mengenai berbagai program pembangunan. Informasi yang disampaikan mencakup proyek-proyek yang telah terealisasi maupun yang masih berada dalam tahap perencanaan. Penggunaan media *online* ini dinilai efektif karena memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, luas, dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat.



**Gambar 1. 2**  
**Komunikasi Politik Berupa Kritik**  
**dari “yang diperintah” terhadap “yang memerintah”**

Tidak hanya “yang memerintah”, “yang diperintah” juga dapat melakukan kritik terhadap “yang memerintah” jika dirasa kinerjanya tidak sesuai yang diharapkan.

Dengan demikian, komunikasi politik tidak dapat lagi dipahami hanya sebagai proses penyampaian pesan satu arah yang bersifat *top-down*, dari pemerintah atau penguasa kepada masyarakat. Sebaliknya, komunikasi politik merupakan sebuah proses interaktif yang melibatkan berbagai pihak, termasuk aktor politik, kelompok kepentingan, media, dan warga negara, dalam pertukaran informasi, ide, serta aspirasi. Interaksi ini membentuk ruang dialog yang memungkinkan terjadinya timbal balik antara pengambil kebijakan dan masyarakat luas.

Dalam konteks demokrasi, keberadaan komunikasi politik yang efektif dan transparan menjadi semakin penting. Komunikasi semacam ini mampu memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi politik, mendorong keterlibatan warga dalam pengambilan keputusan publik, dan menciptakan sistem pemerintahan yang lebih terbuka, bertanggung jawab, serta tanggap terhadap dinamika dan kebutuhan riil di tengah masyarakat.

Pemilihan umum (pemilu) presiden dan wakil presiden merupakan momentum penting bagi masyarakat Indonesia untuk menentukan arah

kepemimpinan nasional untuk lima tahun ke depan. Salah satu pasangan calon yang berkompetisi dalam pemilu presiden dan wakil presiden 2024 adalah Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka.

Prabowo Subianto, yang dikenal memiliki latar belakang militer serta pengalaman panjang di dunia politik Indonesia, berpasangan dengan Gibran Rakabuming Raka, sosok muda berlatar belakang wirausaha dan anak dari mantan Presiden Joko Widodo. Duet ini menghadirkan kombinasi yang cukup unik dalam perpolitikan nasional, yakni pertemuan antara figur senior berpengalaman dengan tokoh muda yang membawa semangat pembaruan. Kolaborasi keduanya mencerminkan sinergi antara stabilitas dan inovasi, yang pada akhirnya turut membentuk pola komunikasi politik yang mereka bangun selama masa kampanye.

Kehadiran pasangan ini tidak hanya menarik dari sisi personal maupun latar belakang, tetapi juga dari segi strategi yang digunakan untuk menjangkau berbagai segmen pemilih. Hal ini menjadi semakin relevan untuk diteliti dalam konteks lokal seperti Kabupaten Purbalingga, yang memiliki keragaman dalam struktur sosial, latar belakang ekonomi, serta komposisi demografis. Studi ini dapat membantu memahami sejauh mana pendekatan komunikasi politik pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka mampu beradaptasi dan diterima dalam lingkungan masyarakat yang heterogen seperti Kabupaten Purbalingga.

Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki peran strategis dalam peta politik lokal. Wilayah ini terdiri dari 18 kecamatan dan 239 desa/kelurahan, dengan jumlah penduduk mencapai sekitar 1 juta jiwa. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Pemalang di utara, Kabupaten Banjarnegara di timur dan selatan, serta Kabupaten Banyumas di barat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga tahun 2023, komposisi penduduknya didominasi oleh kelompok usia produktif (15–64 tahun) yang mencapai lebih dari 65% dari total populasi.

Karakteristik geografis Kabupaten Purbalingga yang didominasi oleh wilayah pegunungan dan pedesaan memberikan pengaruh besar terhadap gaya komunikasi masyarakat, termasuk dalam konteks politik. Dikutip dari jurnal karya Permana (2016), mayoritas masyarakat bermata pencaharian sebagai petani, pedagang, dan buruh harian, dengan tingkat pendidikan menengah ke bawah. Hal ini memengaruhi cara mereka mengakses informasi politik dan menentukan preferensi politiknya.

Dalam konteks Pemilu, Kabupaten Purbalingga dikenal sebagai wilayah dengan partisipasi pemilih yang cukup tinggi, yang mencerminkan kesadaran politik masyarakat yang relatif baik. Namun demikian, pola perilaku memilih di daerah ini masih sangat dipengaruhi oleh kekuatan jaringan sosial, struktur komunitas, serta figur-figur lokal yang memiliki kedekatan emosional dengan warga. Secara teknis, infrastruktur internet di wilayah ini sudah cukup memadai dan merata. Akan tetapi, tingkat literasi digital politik masih tergolong rendah, sehingga tidak semua masyarakat menggunakan internet untuk mencari atau mengevaluasi informasi politik secara mandiri. Banyak warga yang lebih mempercayai informasi yang disampaikan secara langsung melalui tokoh masyarakat, pengajian, pertemuan desa, atau jaringan keluarga. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik di Kabupaten Purbalingga perlu menyesuaikan dengan karakteristik lokal ini agar pesan dapat diterima secara optimal.

Sebagian besar warga masih mengandalkan komunikasi interpersonal seperti diskusi di warung kopi, arisan warga, atau forum RT/RW sebagai sumber utama informasi politik. Oleh karena itu, pasangan calon harus mampu merancang strategi komunikasi yang tidak hanya menyampaikan pesan secara efektif, tetapi juga relevan dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat setempat.

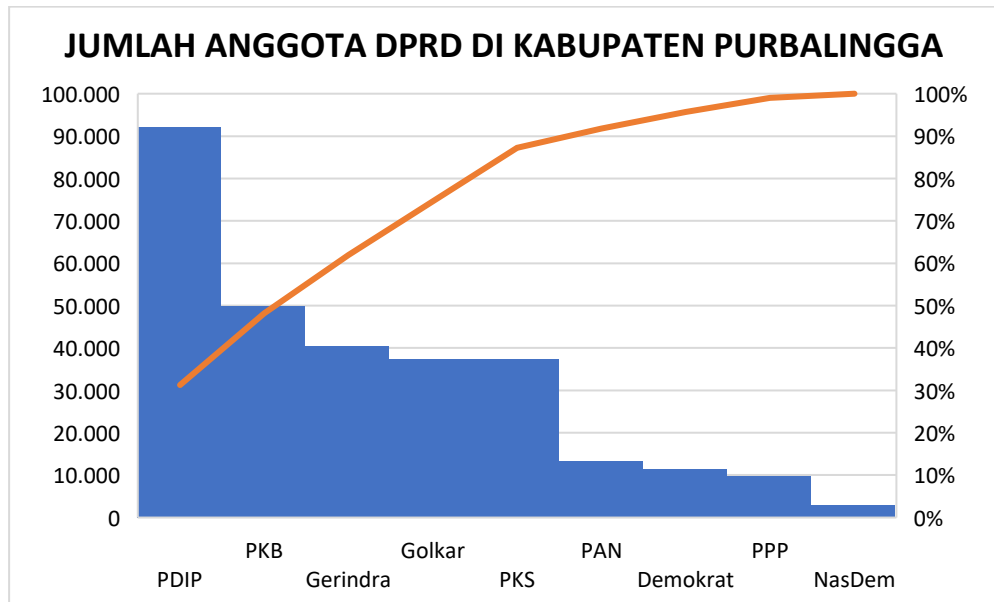
Sebagai pasangan calon dalam kontestasi politik nasional, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka memiliki tanggung jawab strategis untuk menyusun serta menjalankan strategi komunikasi politik yang terarah dan efektif. Strategi ini menjadi kunci utama dalam membangun citra positif sekaligus menarik simpati serta dukungan dari para pemilih di berbagai segmen masyarakat.

Prabowo dan Gibran perlu merancang dan menerapkan strategi komunikasi politik yang efektif untuk menarik simpati dan dukungan pemilih. Komunikasi politik menjadi sangat penting, terutama pada masa kampanye, karena melalui komunikasi, pasangan calon dapat menyampaikan visi, misi, dan program-program kerja mereka kepada masyarakat.

Di sisi lain, politik elektoral Indonesia saat ini juga diramaikan oleh berbagai isu sumir seperti praktik *money politics*, patronase, dan partai koalisi bayangan yang kerap kali justru mengaburkan garis ideologis partai. Dalam konteks inilah penting untuk mengkaji bagaimana relawan seperti Bolone Mase menyusun strategi komunikasi untuk tetap mendapatkan kepercayaan publik. Apakah mereka turut

bermain dalam arus pragmatisme politik atau justru menawarkan pendekatan yang lebih substantif dan partisipatif? Pertanyaan ini krusial untuk dijawab demi memahami dinamika demokrasi lokal di Indonesia masa kini.

Merujuk pada data yang dirilis oleh situs *web* Idezia (2022), Kabupaten Purbalingga dapat diidentifikasi sebagai wilayah dengan basis dukungan mayoritas bagi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P). Indikasi kekuatan politik ini terlihat dari rekapitulasi perolehan suara sah yang berhasil mengantarkan para calonnya menduduki kursi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Purbalingga. Dominasi PDI-P di tingkat lokal ini menjadi sebuah konteks yang signifikan, mengingat partai tersebut merupakan pengusung utama pasangan calon presiden dan wakil presiden, Ganjar Pranowo – Mahfud MD.

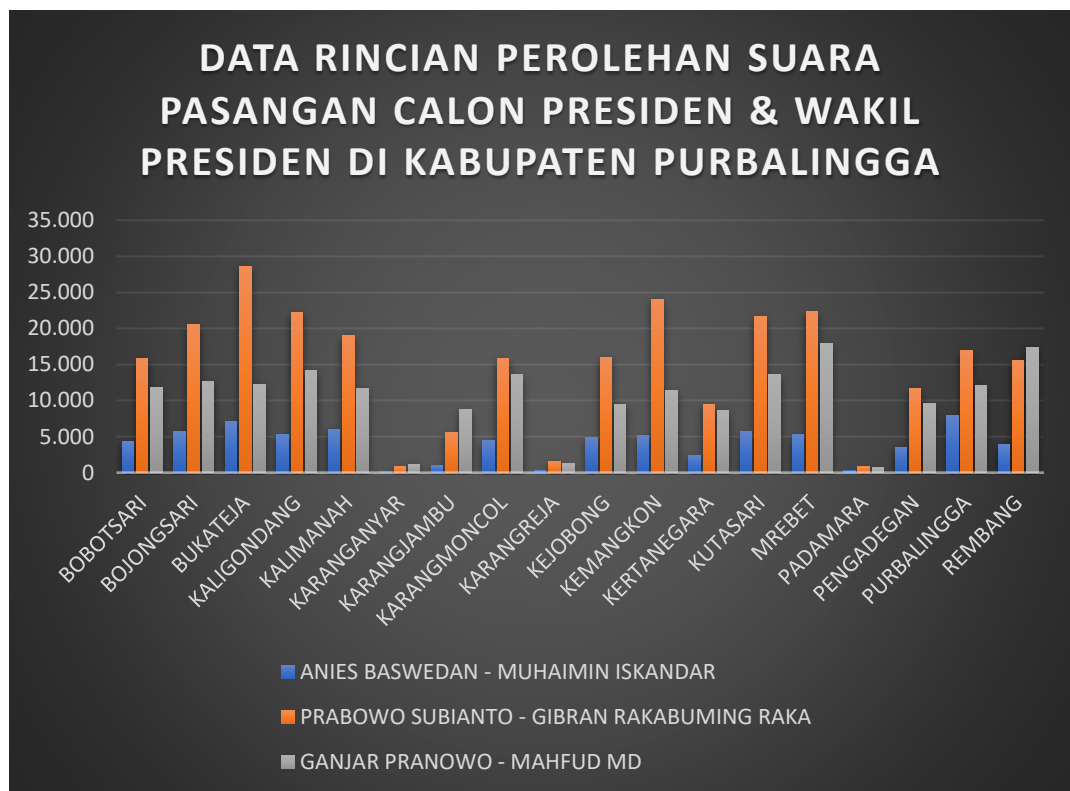


**Gambar 1.3**  
**JUMLAH ANGGOTA DPRD**  
**DI KABUPATEN PURBALINGGA**

Sebanyak 14 orang anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Purbalingga berasal dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P). Jumlah ini mencerminkan dominasi PDI-P di tingkat legislatif daerah, yang diperoleh melalui perolehan suara sah sebanyak 92.259 suara pada pemilihan legislatif. Perolehan suara tersebut menunjukkan tingkat dukungan masyarakat yang cukup signifikan terhadap partai tersebut, sehingga mampu mengamankan sejumlah kursi strategis di DPRD Kabupaten Purbalingga.

Dominasi ini tidak hanya memperkuat posisi politik PDI-P dalam ranah legislatif, tetapi juga mempermudah partai dalam menyusun koalisi dan mengarahkan agenda politik lokal. Dengan dukungan yang kuat di parlemen, PDI-P memiliki ruang gerak yang lebih luas untuk memengaruhi kebijakan daerah, termasuk dalam penganggaran, legislasi, dan kontrol terhadap eksekutif.

Namun demikian, apabila merujuk pada data rekapitulasi yang diunggah secara resmi melalui laman KPU (2024), pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka justru memperoleh kemenangan suara di wilayah Kabupaten Purbalingga. Fakta ini menunjukkan adanya perbedaan preferensi pemilih antara tingkat legislatif dan eksekutif di daerah tersebut.



**Gambar 1. 4**  
**Data Rincian Perolehan Suara**  
**Pasangan Calon Presiden & Wakil Presiden**  
**di Kabupaten Purbalingga**

Fakta tersebut mendorong peneliti untuk menaruh perhatian lebih dalam mengkaji strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Relawan Bolone Mase dalam upaya mereka memenangkan pasangan calon Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka di wilayah Kabupaten Purbalingga. Peneliti ingin memahami secara lebih komprehensif bagaimana pola komunikasi yang dibangun, media atau

saluran yang digunakan, serta pendekatan apa saja yang dilakukan untuk menarik simpati masyarakat setempat terhadap pasangan calon tersebut.

Fenomena kemenangan pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka di wilayah yang secara historis menjadi lumbung suara PDI Perjuangan seperti Kabupaten Purbalingga menimbulkan banyak pertanyaan mengenai dinamika politik lokal yang terjadi. Salah satu faktor penting yang menarik untuk dikaji adalah peran relawan Bolone Mase. Relawan ini tidak berakar langsung dari struktur partai politik, namun mampu melakukan mobilisasi dukungan secara signifikan di lapangan.

Dalam konteks politik Indonesia saat ini, peran relawan semakin strategis. Mereka tidak hanya sebagai simpatisan pasif, melainkan aktor aktif dalam membentuk opini publik, membangun narasi politik, dan bahkan menandingi kekuatan partai yang telah mapan. Fenomena ini mencerminkan pergeseran model komunikasi politik dari partai-sentris menjadi relawan-sentris yang fleksibel, adaptif, dan berjejaring lintas sektor.

Kabupaten Purbalingga dipilih sebagai lokasi studi karena memiliki karakteristik unik yang mencerminkan anomali elektoral di Jawa Tengah. Meski menjadi basis tradisional PDI-P, dalam Pilpres 2024 justru dimenangkan oleh pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka.

Fenomena ini menarik untuk dikaji secara lebih mendalam karena menunjukkan adanya pergeseran preferensi politik di akar rumput. Selain itu, keberadaan Relawan Bolone Mase yang cukup masif dan terstruktur di Kabupaten Purbalingga menjadi konteks yang tepat untuk mengkaji strategi komunikasi mereka.

Dikutip dari situs resmi Bolone Mase (2024), Relawan Bolone Mase merupakan sebuah gerakan yang lahir dengan semangat membawa perubahan positif. Tujuannya adalah mendukung figur muda penuh dedikasi dan visi pembangunan bangsa, yaitu Gibran Rakabuming Raka. Gerakan ini didirikan oleh Kwat Hermawan Santoso pada tahun 2020, bertepatan dengan pemilihan Wali Kota Surakarta, di mana Gibran menjadi salah satu kandidat.

Relawan Bolone Mase difokuskan untuk mendukung pencalonan Gibran sebagai wali kota melalui keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan kampanye. Aktivitas mereka mencakup penyebaran informasi program, edukasi politik kepada masyarakat, hingga pelaksanaan acara yang memperkenalkan visi dan misi Gibran kepada publik Surakarta. Dengan semangat kolektif dan loyalitas tinggi, relawan ini

turut andil dalam keberhasilan Gibran memenangkan kontestasi politik tersebut dan menjadi bagian dari dinamika politik lokal Surakarta.

Gerakan ini tidak sekadar lahir spontan, tetapi merupakan hasil dari proses reflektif yang panjang, melibatkan kajian kritis dan pengalaman dalam ranah gerakan sosial serta isu lingkungan di Indonesia. Para pendiri Bolone Mase melihat perlunya suatu wadah yang mampu menyatukan potensi gerakan sosial dan lingkungan yang sebelumnya tersebar, menjadi sebuah entitas yang lebih terorganisir dan berdampak politik nyata. Oleh karena itu, Bolone Mase hadir sebagai gerakan politik alternatif berbasis massa yang berupaya memberdayakan masyarakat demi terciptanya perubahan yang diharapkan.

Penelitian ini membahas secara mendalam strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga pada pemilu 2024. Urgensi penelitian ini menggunakan konsep strategi komunikasi politik dibandingkan konsep lain seperti pemasaran politik atau partisipasi politik murni adalah karena strategi komunikasi mencakup dimensi perencanaan, penyampaian pesan, segmentasi audiens, dan pengelolaan citra kandidat secara holistik.

Strategi komunikasi politik memungkinkan peneliti menganalisis bagaimana pesan politik dikonstruksi, disebarluaskan, diterima, dan direspon oleh publik dalam suatu sistem komunikasi yang kompleks. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengkaji komunikasi politik bukan hanya sebagai aktivitas satu arah, tetapi juga sebagai proses interaktif yang berperan besar dalam pembentukan opini publik dan perilaku memilih.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui, strategi komunikasi politik seperti apa yang digunakan Relawan Bolone Mase dalam mendukung pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuing Raka pada Pemilu 2024 di Kabupaten Purbalingga?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, penelitian ini memiliki tujuan, untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang digunakan oleh relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga dalam mendukung pasangan calon Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka pada pemilu 2024.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Praktis**

Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak yang berkecimpung dalam bidang komunikasi politik, terutama bagi konsultan politik, tim kampanye, serta institusi yang berkepentingan dengan desain strategi komunikasi di wilayah semi-perdesaan.

Pertama, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk memahami efektivitas komunikasi politik berbasis komunitas dan interpersonal di daerah dengan tingkat literasi digital yang rendah. Strategi seperti diskusi di warung kopi, pendekatan emosional, serta kegiatan sosial berbasis nilai kebersamaan terbukti mampu membangun hubungan politik yang kuat antara kandidat dan masyarakat. Lebih jauh, strategi-strategi ini menunjukkan bahwa komunikasi politik yang efektif dapat dijalankan dengan cara-cara yang bersifat partisipatif dan membumi, selama tetap menghindari adanya indikasi praktik *money politics*, baik yang bersifat langsung maupun terselubung. Pendekatan ini berpotensi menciptakan model komunikasi yang lebih etis dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Kedua, penelitian ini memperlihatkan pentingnya penyesuaian strategi komunikasi politik dengan konteks lokal, baik dari sisi budaya, gaya komunikasi, maupun preferensi informasi masyarakat. Temuan ini dapat digunakan oleh konsultan politik untuk merancang pendekatan yang lebih relevan, bukan hanya mengandalkan media sosial dan iklan digital, tetapi juga interaksi tatap muka yang lebih membumi.

Ketiga, temuan ini juga dapat dijadikan dasar pengembangan model kampanye alternatif yang lebih hemat biaya namun berdampak tinggi, khususnya dalam menjangkau pemilih muda dan kelompok rentan yang sulit dijangkau oleh kampanye konvensional berbasis media massa.

### **2. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya khasanah ilmu komunikasi politik, khususnya terkait strategi relawan dalam kontestasi elektoral di tingkat lokal. Temuan dari studi ini dapat memperluas pemahaman tentang pentingnya pendekatan komunikasi berbasis komunitas, serta menjadi landasan

teoritis untuk mengembangkan model komunikasi politik yang efektif di wilayah dengan literasi digital rendah.

Dalam konteks dinamika politik lokal yang kompleks, temuan ini juga menegaskan bahwa keberhasilan kampanye politik tidak hanya bergantung pada kekuatan pesan dan media yang digunakan, tetapi juga pada kemampuan relawan dalam membangun hubungan sosial yang erat dan berkelanjutan dengan masyarakat akar rumput. Dengan demikian, studi ini turut memberikan kontribusi praktis bagi para pelaku politik, konsultan komunikasi, dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi yang lebih adaptif terhadap kondisi lokal.

## **E. Penelitian Terdahulu**

Dalam melakukan penelitian, sebelumnya peneliti telah melakukan observasi dan *literature review* terhadap jurnal yang memiliki pembahasan serupa dengan penelitian yang peneliti lakukan. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesamaan dalam penelitian. Peneliti akan menyantumkan beberapa penelitian terdahulu dengan bahasan yang serupa dengan penelitian ini.

Penelitian pertama dilakukan oleh Prasetyo & Wati (2025) dengan judul “ANALISIS KOMUNIKASI POLITIK TIM KEMENANGAN PEMILIHAN PILKADA PROVINSI BANTEN 2024. Studi tersebut berfokus pada strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh tim pemenang pasangan calon Airin-Ade dalam kontestasi Pilkada Banten tahun 2024, dengan perhatian khusus terhadap peran relawan Kopi Hitam sebagai ujung tombak komunikasi di lapangan.

Pendekatan kualitatif dipilih sebagai metode utama dalam penelitian ini, dengan studi kasus digunakan untuk menggali lebih dalam efektivitas berbagai saluran komunikasi politik yang dijalankan. Penelitian ini mengkaji bagaimana tim sukses memanfaatkan media sosial untuk menjangkau segmen pemilih muda, serta bagaimana mereka mengandalkan komunikasi langsung tatap muka untuk memperkuat hubungan emosional dengan masyarakat di tingkat akar rumput.

Temuan utama dari studi ini menunjukkan bahwa media sosial terbukti menjadi instrumen yang ampuh dalam merangkul generasi muda pemilih. Sebaliknya, komunikasi tatap muka memberikan dampak yang lebih signifikan dalam membangun kedekatan personal dan rasa percaya antara calon dan pemilih. Meski demikian, penelitian juga mengidentifikasi beberapa kendala dalam

pelaksanaan strategi komunikasi, termasuk keterbatasan tenaga dan dana, serta resistensi dari sebagian masyarakat yang sudah memiliki afiliasi politik tertentu.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi pada pengembangan teori dalam studi komunikasi politik, tetapi juga menyajikan rekomendasi praktis yang dapat digunakan oleh tim kampanye untuk menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif dan responsif terhadap dinamika sosial-politik ke depan.

Penelitian kedua dilakukan oleh Rully et al. (2021) dengan judul “Strategi Komunikasi Politik Berbasis Relawan Dalam Pemenangan Pemilihan Gubernur”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh relawan Roemah Djoeang dalam upaya memenangkan pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno pada Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017. Penelitian ini memanfaatkan kerangka konsep komunikasi politik, termasuk di dalamnya aspek penggunaan berbagai saluran komunikasi serta peran signifikan relawan sebagai aktor dalam proses komunikasi politik itu sendiri.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap tiga orang relawan aktif yang terlibat secara langsung dalam kegiatan kampanye di Roemah Djoeang. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, strategi, serta dinamika komunikasi yang terjadi selama masa kampanye.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa relawan Roemah Djoeang secara strategis memanfaatkan beragam saluran komunikasi politik untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat. Komunikasi organisasi digunakan sebagai sarana koordinasi dan konsolidasi internal antarrelawan, yang bertujuan untuk menjaga keselarasan visi, pesan, dan langkah kampanye. Sementara itu, komunikasi massa dijalankan melalui media konvensional guna menyampaikan informasi secara luas tentang pasangan calon dan program-program yang ditawarkan. Tak kalah penting, media sosial juga dimanfaatkan secara intensif sebagai saluran komunikasi yang efektif dalam menjangkau calon pemilih, khususnya kelompok muda dan masyarakat urban yang aktif di ruang digital.

Temuan ini mengindikasikan bahwa relawan bukan hanya pelengkap dalam kampanye politik, tetapi memainkan peran strategis dalam desain dan implementasi komunikasi politik. Kehadiran relawan Roemah Djoeang menjadi kunci dalam

membangun citra, memperluas jangkauan pesan, dan meningkatkan partisipasi publik dalam kontestasi politik lokal seperti Pilgub DKI Jakarta 2017.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Assad et al. (2024) dengan judul "Analisis Strategi Partai Gerindra dalam Meningkatkan Elektabilitas Prabowo Subianto pada Pemilihan Presiden 2019 di Provinsi Aceh". Riset ini secara spesifik membedah rangkaian strategi yang diimplementasikan oleh Partai Gerindra guna mendongkrak tingkat keterpilihan (elektabilitas) Prabowo Subianto dalam konteks Pemilihan Presiden 2019 di wilayah Provinsi Aceh. Untuk menganalisis fenomena tersebut secara komprehensif, penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif yang didasarkan pada kerangka analisis multi-teoretis, dengan mengintegrasikan teori organisasi, teori pertukaran sosial, dan konsep pemasaran politik.

Temuan utama dari penelitian ini mengidentifikasi tiga pilar strategi yang menjadi kunci keberhasilan. Pertama, keberhasilan strategi kelembagaan partai, yang ditopang oleh soliditas struktur organisasi hingga ke tingkat akar rumput serta militansi dan dedikasi tinggi dari para kadernya. Kedua, efektivitas strategi pertukaran sosial melalui janji-janji politik, yang manifestasinya paling jelas terlihat pada kesepakatan berupa kontrak politik yang dijalin dengan para ulama dan tokoh agama berpengaruh di Aceh. Ketiga, keberhasilan pemanfaatan strategi politik identitas, di mana Prabowo Subianto secara konsisten diposisikan sebagai figur pemimpin Muslim yang taat. Pendekatan ini terbukti berhasil mempererat ikatan emosional dan ideologis antara sang kandidat, Partai Gerindra, dan masyarakat Aceh yang sangat religius.

Penelitian keempat dilakukan oleh Nur (2019) dengan judul "STRATEGI KOMUNIKASI TIM SUKSES PADA KAMPANYE POLITIK UNTUK MEMENANGKAN CALON LEGISLATIF KOTA MAKASSAR". Penelitian ini secara mendalam mengkaji formulasi dan implementasi strategi komunikasi yang diterapkan oleh seorang calon legislatif beserta tim suksesnya dalam upaya meraih kemenangan pada kontestasi politik di Kota Makassar. Melalui pendekatan penelitian kualitatif, studi ini mengungkap sebuah temuan sentral, yakni penggunaan strategi komunikasi yang dirancang secara inklusif dengan penekanan kuat pada akomodasi terhadap nilai-nilai budaya dan sosial yang berlaku di tengah masyarakat lokal.

Lebih lanjut, strategi ini tidak dijalankan secara acak, melainkan melalui sebuah proses manajerial yang terstruktur dan sistematis. Proses ini mencakup tiga tahapan fundamental: tahap perencanaan (*planning*), di mana tujuan, target, dan

pesan kampanye dirumuskan; tahap pelaksanaan (*implementation*), di mana berbagai taktik komunikasi dieksekusi; dan tahap evaluasi (*evaluation*), yang berfungsi untuk mengukur efektivitas dan melakukan penyesuaian. Implementasi rangkaian strategi yang terencana dan adaptif inilah yang, menurut temuan penelitian, menjadi faktor krusial dalam keberhasilan kandidat tersebut untuk meraih simpati dan dukungan elektoral dari masyarakat Makassar.

Penelitian kelima dilakukan oleh Alvin (2022) dengan judul penelitian "Strategi Komunikasi Politik Caleg PSI Lolos DPRD Kota Bandung di Pemilu 2019". Kajian ini secara terperinci menganalisis faktor-faktor penentu keberhasilan seorang calon legislatif (caleg) dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Yoel, dalam memenangkan satu kursi di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Bandung pada Pemilu 2019. Dengan menggunakan metode studi kasus berpendekatan kualitatif, penelitian ini menyimpulkan bahwa kemenangan Yoel tidak dapat dilepaskan dari kombinasi dua jenis modal fundamental.

Faktor kunci pertama adalah modal sosial yang telah terakumulasi jauh sebelum ia terjun ke dunia politik praktis. Jejaring atau relasi yang telah ia bangun sebelumnya dalam berbagai komunitas menjadi fondasi kuat untuk mobilisasi dukungan. Faktor kunci kedua adalah modal finansial yang memadai untuk mendanai berbagai aktivitas kampanye. Penggunaan modal ini secara spesifik disorot dalam hal pengadaan alat peraga kampanye (APK) yang inovatif dan masif, serta berfungsi sebagai instrumen vital untuk meningkatkan visibilitas dan menarik atensi publik di tengah persaingan yang ketat.

Berdasarkan tinjauan dari lima penelitian tersebut, terdapat kesamaan fokus pada strategi komunikasi politik, namun cenderung membahas aktor utama seperti partai, tim sukses, atau kandidat yang berkompetisi secara langsung. Penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus membahas peran relawan politik non-partisan yang beroperasi di luar struktur partai, namun memiliki kontribusi strategis dalam kemenangan pemilu.

Selain itu, penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada komunikasi politik berbasis media digital dan urban, sementara studi ini menempatkan fokus pada komunikasi interpersonal dan pendekatan berbasis komunitas di wilayah semi-perdesaan, seperti di Kabupaten Purbalingga.

Dengan demikian, terdapat *research gap* yang coba diisi oleh penelitian ini, yaitu kajian terhadap strategi komunikasi politik relawan Bolone Mase yang bersifat

akar rumput (*grassroots*), berbasis komunitas, dan menggunakan pendekatan emosional serta kegiatan sosial dalam memobilisasi dukungan politik secara langsung di lapangan. Penelitian ini juga memberikan konteks yang berbeda dengan studi sebelumnya, yakni dengan menelusuri bagaimana relawan tanpa afiliasi struktural partai dapat menjadi kekuatan komunikasi politik yang efektif di tingkat lokal.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Komunikasi Politik**

#### **a. Definisi Komunikasi Politik**

Komunikasi politik secara umum merupakan sebuah *field* atau bidang kajian interdisipliner yang mempelajari proses produksi, penyebaran, dan penerimaan pesan-pesan politik dalam ruang publik. Menurut McNair (2003), komunikasi politik mencakup seluruh bentuk komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi, mempertahankan, atau merebut kekuasaan.

Dalam ranah ini, komunikasi dapat dilakukan oleh aktor negara, partai politik, kelompok kepentingan, media, maupun masyarakat sipil, termasuk relawan politik. Sebagai bidang kajian, komunikasi politik berada di persilangan antara ilmu komunikasi, ilmu politik, dan sosiologi politik.

Dalam penelitian ini, komunikasi politik digunakan sebagai konsep operasional untuk menganalisis bagaimana relawan Bolone Mase merancang dan menyampaikan pesan politik kepada masyarakat. Fokus utama bukan pada institusi politik formal, melainkan pada strategi komunikasi akar rumput yang dilakukan oleh aktor non-partai untuk membangun dukungan elektoral melalui pendekatan interpersonal dan komunitas. Dengan demikian, komunikasi politik dalam studi ini dipahami sebagai proses strategis yang dijalankan oleh relawan dalam membentuk persepsi publik dan memengaruhi perilaku memilih.

Komunikasi politik adalah elemen dinamis yang berperan dalam proses sosialisasi dan keterlibatan partisan politik, yang mencerminkan pola perilaku para pelaku politik itu sendiri. Komunikasi politik melibatkan penyampaian pesan yang bertujuan untuk mencapai pengaruh dan solusi, sehingga aktivitas komunikasi tersebut mampu menyatukan semua elemen

kelompok. Komunikasi politik adalah interaksi yang melibatkan pesan dan aktor politik, serta berhubungan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan publik (Wahid 2012, dikutip dalam Indra & Wahid, 2021). Menurut Hasfi, 2019; Khoirul Muslimin, 2019, dengan pemahaman ini, komunikasi politik sebagai ilmu terapan bukanlah hal baru. Selain itu, komunikasi politik dapat dipahami sebagai hubungan komunikasi antara "pemerintah" dan "rakyat yang diperintah".

Menurut McNair (2018) dalam buku “*An Introduction to Political Communication*”, komunikasi politik merupakan studi komunikasi yang bertujuan tentang politik. Akan tetapi, komponen frasa tersebut memiliki berbagai definisi yang beragam, baik dalam arti sempit maupun luas. Setiap buku tentang komunikasi politik seharusnya dimulai dengan mengakui bahwa istilah tersebut terbukti sangat sulit untuk didefinisikan secara tepat. Menurut Kaid (2004), banyak definisi tentang komunikasi politik telah dikemukakan, tetapi tidak ada satu pun yang diterima secara universal.

Peran komunikasi dalam proses politik meliputi segala bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politisi dan aktor politik lain untuk mencapai tujuan politik tertentu, komunikasi yang ditujukan kepada politisi oleh kalangan non-politisi, serta komunikasi tentang aktor politik beserta kegiatan mereka seperti dimuat dalam berita dan bentuk lain pembahasan politik di media (Kaid, 2004; McNair, 2018).

#### **b. Peran Komunikasi Politik dalam Dunia Politik**

Politik adalah metode yang digunakan untuk mencapai upaya demi kebaikan bersama dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Di Indonesia, politik diterapkan melalui sistem demokrasi. Penerapan politik ini terlihat dalam proses pemilihan umum sebagai sarana untuk mencapai kedaulatan rakyat.

Pada tahap awal, kandidat politik akan melakukan kampanye kepada pemilih (Alfiyani, 2018). Komunikasi politik memainkan peran krusial dalam kesuksesan kampanye politik. Melalui komunikasi yang efektif, kandidat dapat menyampaikan program kerja, visi, dan misi kepada pemilih, membentuk citra positif, serta mendorong partisipasi politik masyarakat.

Peran utama komunikasi politik dalam kampanye ialah menyampaikan informasi, membentuk citra kandidat, mempengaruhi opini publik, mendorong partisipasi politik, serta memanfaatkan media sosial. Komunikasi politik memungkinkan kandidat untuk menginformasikan program kerja, visi, dan misi mereka kepada masyarakat. Hal ini membantu pemilih memahami tujuan dan rencana yang ditawarkan oleh kandidat. Menurut Falah (2023), melalui strategi komunikasi yang tepat, kandidat dapat membangun citra positif di mata pemilih. Citra yang baik akan meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat.

Dikutip dari *website* P2DPT (2024), komunikasi politik digunakan untuk memengaruhi pandangan dan sikap publik terhadap isu-isu politik dan kandidat. Pesan, narasi, dan strategi komunikasi yang efektif dapat membentuk persepsi dan keyakinan masyarakat. Komunikasi politik yang efektif dapat memotivasi masyarakat untuk terlibat dalam proses politik, seperti pemilihan umum dan kegiatan partisipasi lainnya. Dengan komunikasi yang baik, masyarakat merasa terhubung dengan politik dan merasa memiliki suara dalam pengambilan keputusan.

Menurut Hayat et al. (2021), dalam *website* BINUS UNIVERSITY (2022), penggunaan platform media sosial menjadi strategi penting dalam komunikasi politik modern. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang luas dan cepat, serta interaksi langsung antara kandidat dan pemilih. Hal ini meningkatkan efektivitas dan efisiensi kampanye politik.

Lebih jauh, media sosial juga membuka ruang bagi kampanye berbasis data, di mana preferensi dan perilaku audiens dapat dipantau dan dianalisis untuk menyusun strategi komunikasi yang lebih personal. Dengan fitur seperti komentar, siaran langsung, hingga polling daring, kandidat tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun dialog yang dinamis dengan publik. Dalam konteks ini, media sosial bukan hanya alat penyampai pesan, melainkan juga instrumen penguatan legitimasi politik.

## **2. Strategi Komunikasi dalam Dunia Politik**

Dalam konteks kampanye politik, strategi komunikasi bukan sekadar alat bantu teknis, melainkan merupakan elemen krusial yang secara langsung menentukan efektivitas penyampaian pesan kepada publik. Strategi komunikasi

memainkan peran yang sangat strategis dalam membentuk opini publik, menciptakan persepsi terhadap kandidat, serta membangun kedekatan emosional antara politisi dan konstituen. Tanpa strategi yang matang, pesan kampanye berisiko tidak tersampaikan secara tepat sasaran, bahkan dapat menimbulkan distorsi makna di tengah masyarakat.

Perencanaan komunikasi yang terstruktur memungkinkan pesan politik tidak hanya dikemas secara informatif dan persuasif, tetapi juga disesuaikan dengan konteks sosial, budaya, dan psikologis dari audiens yang menjadi target. Pemilihan saluran komunikasi yang relevan, baik media konvensional maupun digital, akan menentukan sejauh mana pesan politik dapat menjangkau dan memengaruhi perilaku pemilih. Dengan demikian, strategi komunikasi menjadi fondasi utama dalam pencapaian tujuan politik, baik dalam membangun citra kandidat yang kuat, menciptakan kepercayaan publik, maupun dalam menggalang dukungan elektoral secara berkelanjutan.

Untuk mencapai efektivitas dalam penerapan strategi komunikasi politik, seorang politisi maupun tim kampanye harus memahami dan mengimplementasikan empat elemen utama sebagaimana dirumuskan oleh Andamisari (2024), yaitu:

a. Segmentasi Audiens

Langkah awal yang krusial adalah mengidentifikasi kelompok-kelompok pemilih yang memiliki karakteristik, preferensi, dan kebutuhan yang berbeda. Segmentasi memungkinkan pesan politik disesuaikan secara spesifik, baik dalam isi maupun dalam cara penyampaiannya. Misalnya, pendekatan terhadap pemilih muda tentu akan berbeda dengan pendekatan kepada pemilih usia lanjut atau kelompok profesional. Strategi komunikasi yang berbasis segmentasi akan mencegah penyampaian pesan yang bersifat generalis dan kurang relevan.

Dengan demikian, efektivitas kampanye dapat ditingkatkan karena setiap pesan yang disampaikan memiliki relevansi yang tinggi terhadap realitas dan harapan masing-masing segmen. Tidak hanya itu, segmentasi juga memudahkan tim kampanye dalam menentukan kanal komunikasi yang paling sesuai, apakah melalui media sosial, pertemuan komunitas, atau pendekatan interpersonal.

b. Personalisasi Pesan

Pesan politik yang dipersonalisasi memiliki daya tarik yang lebih kuat karena terasa lebih relevan secara personal bagi audiens. Dengan memanfaatkan data pemilih, tim kampanye dapat menyusun pesan yang sesuai dengan harapan, kekhawatiran, dan aspirasi dari segmen tertentu. Personalisasi juga meningkatkan keterlibatan emosional pemilih, karena mereka merasa dilibatkan secara langsung dalam narasi politik yang dibangun.

Selain itu, pendekatan ini memungkinkan komunikasi yang lebih tepat sasaran, karena pesan tidak lagi bersifat umum atau generik, melainkan disesuaikan dengan karakteristik sosial, ekonomi, bahkan psikografis dari kelompok sasaran. Dengan demikian, potensi pesan untuk memengaruhi preferensi dan perilaku pemilih menjadi lebih besar.

c. Penggunaan Media Sosial

Di era digital, media sosial menjadi platform utama dalam kampanye politik modern. Platform seperti Twitter, Instagram, dan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaktif untuk menjalin komunikasi dua arah dengan pemilih. Melalui media sosial, kandidat dapat merespons isu-isu terkini, menjawab pertanyaan masyarakat, serta membagikan konten visual yang menarik untuk memperkuat citra mereka.

Lebih jauh, media sosial telah mengubah lanskap komunikasi politik menjadi lebih terbuka, partisipatif, dan terdesentralisasi. Publik kini tidak lagi hanya menjadi objek komunikasi, melainkan turut berperan sebagai produsen informasi dan penentu arah opini. Dalam konteks ini, kemampuan kandidat untuk beradaptasi dengan logika media sosial yang menekankan kecepatan, keluwesan gaya, dan autentisitas menjadi kunci keberhasilan dalam menjangkau dan membangun kepercayaan di kalangan pemilih digital.

d. Manajemen Citra

Citra politik yang kuat dan konsisten menjadi aset penting dalam kampanye. Strategi manajemen citra mencakup bagaimana kandidat diposisikan di mata publik melalui pendekatan pemasaran

seperti *push* (penyebaran informasi secara aktif), *pass* (memastikan pesan sampai secara bertahap dan tersaring), dan *pull* (membangun daya tarik alami agar pemilih mencari tahu lebih lanjut). Manajemen citra yang efektif dapat membentuk persepsi positif dan meningkatkan kredibilitas kandidat di hadapan masyarakat luas.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan jenis pendekatan kualitatif. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena dalam konteks kehidupan nyata, yang sesuai dengan penelitian tentang strategi komunikasi politik pada pemilu 2024.

Menurut Moleong (2018), metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam. Metode ini menekankan pada interaksi dan komunikasi yang mendalam antara peneliti dan fenomena yang diteliti, dengan tujuan untuk memahami fenomena tersebut dalam konteks sosial alaminya.

Penelitian kualitatif mengutamakan kedalaman dan kekayaan informasi yang diperoleh, bukan jumlah data. Semakin detail dan mendalam informasi yang didapatkan, semakin baik kualitas penelitian tersebut. Hal ini berbeda dengan penelitian kuantitatif yang lebih menekankan pada jumlah data yang besar. Dalam kerangka metodologi kualitatif, pemahaman terhadap proses sosial, nilai-nilai budaya, serta dinamika relasional antarindividu menjadi prioritas utama.

Oleh karena itu, teknik seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen digunakan untuk menggali makna di balik perilaku atau pandangan subjek. Peneliti dituntut untuk bersikap reflektif dan terbuka terhadap dinamika di lapangan, karena dalam penelitian kualitatif, konteks sering kali memengaruhi hasil secara signifikan.

Studi kasus dalam bahasa Inggris dikenal sebagai “*A Case Study*” atau “*Case Studies*”. Kata “kasus” berasal dari “*case*,” yang memiliki arti kasus, kajian, atau peristiwa. Namun, makna “*case*” sendiri sangat kompleks dan luas. Studi kasus merupakan eksplorasi terhadap “suatu sistem yang terikat” atau “suatu kasus/beragam kasus” yang dipelajari dalam rentang waktu tertentu melalui pengumpulan data secara mendalam dengan melibatkan berbagai sumber

informasi yang kaya dalam konteks tertentu. Sistem terikat ini dibatasi oleh waktu dan tempat, sementara kasusnya dapat berupa program, peristiwa, aktivitas, atau individu.

Dengan kata lain, studi kasus adalah penelitian di mana peneliti mendalami fenomena tertentu (kasus) yang terjadi dalam waktu dan kegiatan tertentu (program, peristiwa, proses, institusi, atau kelompok sosial), serta mengumpulkan informasi secara rinci dan mendalam menggunakan berbagai metode pengumpulan data selama periode tertentu (Creswell & Poth (2016) dalam Assyakurrohim et al. (2022)).

Peneliti tidak hanya berfokus pada apa yang terjadi, tetapi juga mencoba memahami bagaimana dan mengapa suatu peristiwa berlangsung dalam konteks aslinya. Oleh karena itu, pendekatan studi kasus sangat tepat digunakan untuk menelusuri dinamika sosial yang kompleks, terutama ketika batas antara fenomena yang diteliti dan konteks kehidupan nyata tidak sepenuhnya jelas.

Dengan kata lain, studi kasus adalah penelitian di mana peneliti mendalami fenomena tertentu (kasus) yang terjadi dalam waktu dan kegiatan tertentu (program, peristiwa, proses, institusi, atau kelompok sosial), serta mengumpulkan informasi secara rinci dan mendalam menggunakan berbagai metode pengumpulan data selama periode tertentu (Creswell & Poth, 1998 dalam Assyakurrohim et al, 2022).

## **2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan November 2024 hingga bulan Maret 2025 yang bertempat di Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah.

## **3. Pemilihan Narasumber**

Penelitian ini melibatkan tiga orang narasumber yang merupakan relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Pemilihan narasumber ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode ini dipilih karena peneliti bertujuan untuk memperoleh data dari individu yang secara langsung terlibat dalam perumusan dan pelaksanaan strategi komunikasi politik Bolone Mase. Oleh karena itu, kriteria utama bagi narasumber adalah keterlibatan aktif mereka dalam tahap perencanaan, eksekusi, hingga evaluasi kegiatan kampanye di lapangan.

Berdasarkan kriteria tersebut, terpilihlah tiga narasumber kunci dari struktur organisasi, yaitu:

**Tabel 1. 1**  
**Nama dan Jabatan Narasumber**

<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>
Oki Nur Setiawan	Koordinator Kabupaten Purbalingga
Ginanjari	Koordinator Kecamatan Purbalingga
Uut Triyas Yanuar	Koordinator Kecamatan Mrebet

Pendekatan ini sejalan dengan definisi *purposive sampling* menurut Turner (2020) dalam tulisan Salmaa (2023) dalam *website* Deepublish, yakni sebagai teknik untuk menargetkan individu dengan karakteristik spesifik yang relevan dengan minat penelitian. Sebagai konteks, Relawan Bolone Mase sendiri, menurut informasi dari situs resminya, merupakan sebuah gerakan sukarela yang bersemangat mendukung Gibran Rakabuming Raka untuk mewujudkan perubahan positif.

#### **4. Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah wawancara. Metode ini dipilih karena dinilai paling efektif untuk memperoleh informasi yang bersifat mendalam, baik dari individu maupun kelompok yang menjadi sumber data. Wawancara memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pandangan, pengalaman, dan pengetahuan narasumber secara langsung, serta menangkap nuansa-nuansa makna yang mungkin tidak tertangkap melalui metode lain seperti survei atau observasi non-partisipatif.

Namun demikian, keberhasilan pelaksanaan wawancara sangat bergantung pada kesiapan kedua belah pihak, baik pewawancara maupun pihak yang diwawancarai. Pewawancara dituntut memiliki keterampilan komunikasi interpersonal yang baik, termasuk kemampuan dalam menyusun pertanyaan yang relevan, membangun kepercayaan dengan narasumber, serta menciptakan suasana yang kondusif agar informan merasa nyaman dalam menyampaikan pendapatnya. Di sisi lain, responden juga perlu memahami maksud wawancara serta bersedia memberikan jawaban yang jujur dan terbuka sesuai dengan pengalaman atau pengetahuannya.

Wawancara sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk interaksi sosial yang dilakukan dengan tujuan tertentu, yakni untuk memperoleh informasi, pendapat, atau pengalaman dari narasumber. Sebagaimana dijelaskan oleh Moleong (2006:186) dalam jurnal karya Muhammad Fauzi (2021) yang berjudul “Penerapan Metode Mengubah Teks Wawancara Menjadi Karangan Narasi untuk Meningkatkan Kemampuan Berbahasa Inggris Siswa Kelas VIII A MTs Negeri 2 Purbalingga Semester Gasal Tahun Pelajaran 2019/2020”, wawancara tidak bisa disamakan dengan percakapan biasa. Ia merupakan teknik pengumpulan data yang memerlukan rancangan dan strategi, serta diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu dalam penelitian. Oleh karena itu, wawancara harus dilakukan secara sistematis, dengan tetap menjaga fleksibilitas agar narasumber dapat menyampaikan informasi secara bebas namun tetap relevan dengan topik yang dibahas.

Dengan segala kelebihanannya, wawancara menjadi salah satu metode yang sangat penting dalam pendekatan penelitian kualitatif. Selain itu, wawancara juga banyak digunakan dalam dunia jurnalistik, komunikasi profesional, maupun proses asesmen sosial lainnya. Kemampuannya dalam menggali informasi secara kontekstual menjadikan wawancara sebagai alat yang efektif dalam memahami realitas sosial dari perspektif subjek yang diteliti.

## **5. Analisis Data**

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan metode analisis tematik sebagai alat untuk menginterpretasi data kualitatif. Analisis tematik sendiri merupakan salah satu metode yang banyak digunakan dalam pendekatan kualitatif karena kemampuannya dalam mengungkap pola-pola makna dari data yang kompleks. Proses analisis ini dimulai dengan memahami keseluruhan data, kemudian dilanjutkan dengan memberi kode pada bagian-bagian data yang relevan dengan fokus penelitian. Kode-kode tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam tema-tema yang lebih luas dan bermakna.

Setelah tema terbentuk, langkah berikutnya adalah meninjau ulang setiap tema untuk melihat konsistensi dan kecocokan antara tema dengan keseluruhan data. Peneliti juga memberikan definisi yang jelas pada setiap tema serta menamainya dengan label yang representatif. Tahap akhir dari proses ini adalah

penyusunan laporan yang berisi temuan-temuan utama, diperkuat oleh kutipan-kutipan langsung dari informan sebagai bukti empiris.

Metode ini memungkinkan peneliti untuk menyusun dan menafsirkan data secara sistematis, sekaligus mendalami makna-makna yang tersembunyi di balik pernyataan atau pengalaman partisipan. Dengan menggunakan analisis tematik, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai fenomena yang dikaji, khususnya berkaitan dengan pandangan, pengalaman, dan persepsi informan terhadap isu yang diteliti (Sinta Mariska, 2025).

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Profil Wilayah Kabupaten Purbalingga

Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki peran strategis dalam peta politik lokal. Wilayah ini terdiri dari 18 kecamatan dan 239 desa/kelurahan, dengan jumlah penduduk mencapai sekitar 1 juta jiwa. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga tahun 2023, komposisi penduduknya didominasi oleh kelompok usia produktif (15–64 tahun) yang mencapai lebih dari 65% dari total populasi.



**Gambar 2. 1**  
**Lambang Kabupaten Purbalingga**

Karakteristik geografis Kabupaten Purbalingga yang didominasi oleh wilayah pegunungan dan pedesaan memberikan pengaruh besar terhadap gaya komunikasi masyarakat, termasuk dalam konteks politik. Dikutip dari jurnal karya Permana (2016), mayoritas masyarakat bermata pencaharian sebagai petani, pedagang, dan buruh harian, dengan tingkat pendidikan menengah ke bawah. Hal ini memengaruhi cara mereka mengakses informasi politik dan menentukan preferensi politiknya.

Dalam konteks Pemilu, Kabupaten Purbalingga dikenal sebagai wilayah dengan partisipasi pemilih yang cukup tinggi, namun juga sangat dipengaruhi oleh kekuatan jaringan sosial dan figur lokal. Akses internet memang telah merata secara infrastruktur, tetapi tidak semua masyarakat menggunakannya untuk kebutuhan informasi politik. Sebagian besar warga masih mengandalkan komunikasi interpersonal seperti diskusi di warung kopi, arisan warga, atau forum RT/RW sebagai sumber utama informasi politik.

## B. Sejarah dan Perkembangan Relawan Bolone Mase

Dikutip dari situs Bolone Mase (2024), Relawan Bolone Mase adalah sebuah gerakan sukarela yang didirikan oleh Kuat Hermawan Santoso pada tahun 2020 di Surakarta. Awalnya, gerakan ini muncul sebagai bentuk dukungan terhadap Gibran Rakabuming Raka dalam pencalonannya sebagai Wali Kota Surakarta. Dengan pendekatan yang berbasis komunitas dan semangat gotong royong, relawan Bolone Mase tumbuh sebagai wadah partisipasi politik masyarakat akar rumput yang menekankan pentingnya keterlibatan warga dalam proses demokrasi lokal.

Seiring waktu, jaringan ini mengalami perkembangan pesat, tidak hanya secara jumlah anggota tetapi juga dalam hal cakupan wilayah. Ketika Gibran kemudian dicalonkan sebagai wakil presiden pada Pemilu 2024, Bolone Mase bertransformasi menjadi gerakan nasional yang mengorganisir relawan di berbagai provinsi, kabupaten, hingga tingkat desa. Perluasan ini dilakukan dengan strategi komunikasi yang adaptif serta struktur organisasi yang fleksibel, sehingga mampu merespons dinamika politik dengan cepat dan efisien.

Dikutip dari situs Bolone Mase (2024), Relawan Bolone Mase adalah sebuah gerakan sukarela yang didirikan oleh Kuat Hermawan Santoso pada tahun 2020 di Surakarta. Awalnya, gerakan ini muncul sebagai bentuk dukungan terhadap Gibran Rakabuming Raka dalam pencalonannya sebagai Wali Kota Surakarta. Seiring waktu, Bolone Mase berkembang menjadi jejaring relawan yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia, terutama setelah Gibran dicalonkan sebagai wakil presiden pada Pemilu 2024.



**Gambar 2. 2**  
**Lambang Bolone Mase**

Nama "Bolone Mase" berasal dari bahasa Jawa yang berarti "temannya Mas Gibran" atau "orang yang mendukung Mas Gibran." Semangat yang diusung adalah perubahan positif yang dimotori oleh generasi muda. Identitas ini menjadi kekuatan

utama dalam menarik simpati masyarakat, khususnya kalangan muda dan pelaku usaha mikro.

Perkembangan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga dimulai sejak pertengahan tahun 2023, menjelang masa kampanye Pemilu 2024. Gerakan ini dibentuk secara struktural dengan menunjuk koordinator kabupaten, koordinator kecamatan, hingga koordinator TPS. Strategi ini memungkinkan Bolone Mase untuk menjangkau masyarakat secara langsung melalui komunikasi interpersonal.

Dalam pelaksanaannya, Bolone Mase Purbalingga mengandalkan jejaring sosial lokal seperti tokoh masyarakat, organisasi pemuda, serta komunitas keagamaan dan hobi. Mereka menyampaikan visi-misi pasangan calon Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka dengan pendekatan yang humanis dan emosional, misalnya melalui kegiatan silaturahmi, diskusi warung kopi, dan pembagian kaos kampanye.

*“Waktu itu lingkupnya masih kota Solo, karena memang saat itu mas Gibran dikandidatkan menjadi wali kota Solo. Kemudian berlanjut Alhamdulillah mas Gibran sukses di Solo, lalu diskemakan untuk menjadi gubernur Jawa Tengah. Akan tetapi melihat konstelasi nasional dan berbagai konflik yang ada, pada akhirnya mas Gibran diusung menjadi wakil presiden,”* ujar Oki Nur Setiawan, Koordinator Kabupaten Bolone Mase Purbalingga, wawancara 11 April 2025.

### **C. Struktur Organisasi Relawan Bolone Mase Purbalingga**

Struktur kepengurusan Bolone Mase Purbalingga dirancang secara sederhana namun efektif. Tingkatan struktur dimulai dari Koordinator Kabupaten, Koordinator Kecamatan, hingga Koordinator Desa dan TPS. Setiap lapisan struktur memiliki tanggung jawab spesifik, misalnya koordinator TPS bertugas menyampaikan pesan kampanye secara langsung kepada pemilih di wilayah kerjanya.

Koordinator Kabupaten berperan sebagai pengambil keputusan strategis dan penghubung dengan struktur nasional. Dalam pelaksanaan kampanye Pemilu 2024, sekitar 3.500 relawan resmi dilibatkan, tersebar di 2.936 TPS yang ada di seluruh wilayah Kabupaten Purbalingga. Pendekatan ini bertujuan agar setiap TPS memiliki satu orang relawan aktif yang bisa menjadi juru bicara ide-ide politik pasangan calon yang mereka dukung.

*“Kami berhasil mengumpulkan sekitar 3.500 orang yang kemudian secara resmi dikukuhkan sebagai anggota Bolone Mase Purbalingga. Sebagian besar anggota kami ambil dari setiap Tempat Pemungutan Suara (TPS), dengan sistem satu TPS satu relawan.”* Ujar Oki Nur Setiawan, Koordinator Kabupaten Bolone Mase Purbalingga, wawancara 11 April 2025.

Kegiatan rutin yang dilakukan oleh struktur relawan mencerminkan keterlibatan aktif dalam upaya pengorganisasian, edukasi, dan pendekatan langsung kepada masyarakat. Beberapa kegiatan utama yang dijalankan secara konsisten antara lain:

a. Rapat Koordinasi Mingguan

Kegiatan ini berfungsi sebagai ruang evaluasi kegiatan sebelumnya dan perencanaan strategi ke depan, serta untuk memastikan seluruh anggota relawan bergerak dengan arah dan tujuan yang sama.

b. Kegiatan Pelatihan Komunikasi Politik Dasar

Kegiatan ini bertujuan untuk membekali relawan dengan kemampuan menyampaikan pesan secara efektif, memahami segmentasi audiens, serta membangun citra positif pasangan calon.

c. Pelaksanaan Kampanye *Door-to-Door*

Kegiatan ini merupakan bentuk dari pendekatan langsung kepada warga dengan menyampaikan program, visi-misi, dan ajakan untuk berpartisipasi dalam pemilu secara personal dan persuasif.

d. Pembagian Atribut Kampanye

Atribut tersebut meliputi kaos, stiker, dan brosur, sebagai bagian dari strategi visualisasi dan penyebaran pesan politik kepada publik secara luas.

e. Kegiatan Sosial Berbasis Komunitas

Bentuk dari kegiatan tersebut ialah bakti sosial dan diskusi publik, yang tidak hanya bertujuan untuk membangun citra positif, tetapi juga mempererat hubungan antara relawan dan masyarakat dalam suasana yang inklusif dan partisipatif.

Struktur organisasi ini dirancang secara fleksibel dan mudah beradaptasi, sehingga dapat disesuaikan dengan karakteristik sosial, budaya, serta kondisi geografis yang berbeda-beda di setiap daerah. Hal ini menjadi penting mengingat masing-masing wilayah memiliki tantangan tersendiri dalam hal mobilisasi, komunikasi, maupun pendekatan kepada masyarakat. Fleksibilitas tersebut memungkinkan setiap daerah untuk melakukan penyesuaian terhadap strategi pelaksanaan program dan pembentukan unit kerja yang lebih kontekstual dan efektif.

Dalam praktiknya, Koordinator Kecamatan diberikan kewenangan penuh untuk mengidentifikasi kebutuhan khusus di wilayahnya, termasuk membentuk tim

tambahan, mengatur ulang struktur tim yang telah ada, atau melakukan perubahan mekanisme kerja internal guna meningkatkan efektivitas operasional. Kewenangan ini juga mencakup pengambilan keputusan terkait rekrutmen relawan lokal, pembagian peran berdasarkan potensi sumber daya manusia di tingkat desa, serta pemilihan pendekatan komunikasi yang dianggap paling sesuai dengan karakter masyarakat.

Dengan cara ini, struktur organisasi tidak bersifat kaku, melainkan berkembang secara dinamis seiring dengan kebutuhan di lapangan, sekaligus memastikan bahwa strategi yang diterapkan benar-benar menyentuh akar permasalahan dan menjawab harapan masyarakat secara langsung.

#### **D. Program Unggulan Relawan Bolone Mase**

Relawan Bolone Mase, dalam menjalankan agenda kampanyenya, tidak hanya terfokus pada penyebaran informasi mengenai visi dan misi pasangan calon presiden dan wakil presiden. Mereka turut menginisiasi dan berpartisipasi dalam sejumlah aktivitas sosial dan ekonomi yang dirancang untuk menjalin interaksi langsung dengan masyarakat di berbagai lapisan.

Melalui kegiatan tersebut, relawan tidak hanya hadir sebagai penyampai pesan politik, tetapi juga sebagai bagian dari komunitas yang berupaya memberikan kontribusi nyata bagi kesejahteraan warga. Pendekatan ini menekankan pentingnya membangun kehadiran yang bermakna di tengah masyarakat, di mana komunikasi politik tidak hanya berlangsung satu arah, tetapi diwujudkan melalui kerja-kerja sosial yang nyata. Berbagai bentuk kegiatan seperti pelatihan keterampilan, pasar murah, hingga dukungan logistik untuk kegiatan keagamaan atau kebudayaan lokal menjadi sarana untuk mempererat hubungan antara relawan dan warga.

Di sisi lain, relawan juga aktif mendengarkan aspirasi dan keluhan masyarakat secara langsung, sehingga kampanye yang dilakukan tidak terkesan elitis, melainkan bersifat partisipatif dan membumi. Relawan hadir tidak hanya sebagai penyampai pesan politik, tetapi juga sebagai pendengar yang mencoba memahami kondisi riil di lapangan. Pendekatan ini membuka ruang dialog dua arah antara relawan dan warga, yang pada akhirnya membentuk relasi yang lebih setara dan manusiawi. Strategi ini menunjukkan bahwa kampanye tidak hanya soal penyampaian narasi politik, tetapi juga tentang membangun kepercayaan, menjalin

solidaritas sosial, dan menumbuhkan rasa memiliki terhadap proses politik yang sedang berlangsung.

Beberapa program unggulan yang dijalankan di Kabupaten Purbalingga meliputi:

a. Program Kasih Gibran

Program Kasih Gibran merupakan program pemberdayaan ekonomi yang dirancang khusus untuk mendukung pelaku UMKM dalam meningkatkan keterampilan dan kapasitas usaha mereka. Di dalam program ini, peserta mendapatkan pelatihan seputar digital marketing, seperti cara memasarkan produk melalui media sosial, membuat konten yang menarik, hingga strategi promosi berbasis data. Selain itu, pelatihan pengelolaan keuangan usaha kecil juga diberikan agar pelaku UMKM memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pencatatan transaksi, penyusunan anggaran, serta manajemen laba dan rugi. Program ini bertujuan agar UMKM dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

**'Kasih Gibran' Program Relawan Bolone Mase untuk Dongkrak Kesejahteraan Masyarakat dengan Spirit Pembangunan Ekonomi ala Gibran Rakabuming Raka**

POSTED BY ADMIN BOLONEMASE | KAM, 14 SEP 2023

Kasih Gibran merupakan rangkuman kebutuhan masyarakat yang dirangkul oleh relawan Bolone Mase Semarang meliputi ketrampilan, aksi, hiburan, gelaran sosial, bazaar dan pameran.



**Gambar 2.3**  
**Program Kasih Gibran**

b. Angkringan Bolone Mase

Angkringan Bolone Mase adalah program berbasis komunitas yang didirikan dengan mendirikan titik-titik usaha angkringan di berbagai desa. Program ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi

lokal dengan memberdayakan warga sekitar sebagai pengelola angkringan. Selain itu, angkringan ini juga dimanfaatkan sebagai tempat berkumpul dan berdiskusi antara relawan dan warga, menciptakan ruang informal yang terbuka untuk berbagi gagasan, menyampaikan aspirasi, serta mempererat hubungan sosial. Kehadiran angkringan ini menjembatani kepentingan ekonomi dan sosial, serta memperkuat posisi relawan di tengah-tengah masyarakat.



**Gambar 2. 4**  
**Angkringan Bolone Mase**

c. Turnamen *E-Sport* dan Futsal

Turnamen *E-Sport* dan Futsal diselenggarakan sebagai upaya strategis untuk menysasar kalangan muda, khususnya generasi digital native, dalam rangka meningkatkan keterlibatan mereka dalam isu-isu politik dan kebangsaan. Melalui kegiatan yang dekat dengan minat dan gaya hidup anak muda, relawan berupaya menciptakan ruang interaksi yang lebih santai namun tetap mengandung muatan edukatif.

Di sela-sela pertandingan, peserta maupun penonton diajak berdiskusi ringan mengenai pentingnya partisipasi politik, terutama dalam konteks pemilu dan pembangunan daerah. Dengan pendekatan ini, diharapkan kesadaran politik di kalangan muda tidak hanya meningkat, tetapi juga tumbuh secara alami dan relevan dengan keseharian mereka.

d. Pelatihan Keterampilan Lokal

Pelatihan Keterampilan Lokal bertujuan untuk membekali masyarakat dengan kemampuan praktis dalam mengolah bahan-bahan lokal menjadi produk bernilai guna dan ekonomis. Materi pelatihan

mencakup pembuatan kerajinan dari sabut kelapa, sapu ijuk, dan aneka produk khas daerah yang memiliki keunikan tersendiri.

Dengan memanfaatkan bahan-bahan yang mudah ditemukan di lingkungan sekitar, pelatihan ini diharapkan mampu menumbuhkan semangat kemandirian ekonomi dan kreativitas warga, terutama di kalangan ibu rumah tangga dan pemuda desa. Selain itu, pelatihan ini juga menjadi upaya untuk mempertahankan kearifan lokal agar tetap relevan di era modern.

Sebuah wawasan penting mengenai pendekatan strategis relawan Bolone Mase diperoleh melalui wawancara dengan Oki Nur Setiawan pada 11 Maret 2025. Dalam penjelasannya, beliau menggarisbawahi bahwa fokus gerakan mereka tidak bersifat tunggal pada kampanye politik, melainkan juga bertumpu pada pilar kegiatan kedua yang sama pentingnya: program pemberdayaan komunitas. Secara konkret, para relawan secara proaktif memfasilitasi berbagai inisiatif, seperti pelatihan untuk meningkatkan kapasitas UMKM dan bimbingan untuk mengembangkan produk khas daerah, yang bertujuan meningkatkan kemandirian ekonomi warga sekitar.

Pelaksanaan program-program tersebut mengindikasikan sebuah pilihan strategis yang cerdas. Strategi komunikasi Bolone Mase tidak hanya mengandalkan penyebaran pesan-pesan politik, tetapi justru membangun legitimasi dan simpati melalui aksi-aksi nyata yang menyentuh langsung aspek-aspek esensial dalam kehidupan masyarakat, sehingga menciptakan ikatan yang lebih kuat dan otentik.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa kampanye yang efektif bukan hanya tentang seberapa sering pesan disampaikan, tetapi tentang seberapa dalam pesan tersebut dirasakan dalam kehidupan sehari-hari warga. Ketika relawan hadir dengan solusi konkret atas persoalan yang dihadapi Masyarakat, baik dalam bentuk bantuan sosial, pemberdayaan ekonomi, maupun dukungan terhadap kegiatan komunitas, maka kepercayaan dan loyalitas politik yang terbentuk pun menjadi lebih berkelanjutan.

Dalam jangka panjang, relasi semacam ini mampu membangun fondasi dukungan yang tidak mudah goyah, karena didasarkan pada pengalaman langsung, bukan sekadar janji politik. Strategi ini menempatkan relawan bukan hanya sebagai penyambung lidah kandidat, melainkan sebagai agen perubahan sosial yang berinteraksi langsung dengan masyarakat.

Ketika komunikasi politik diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata, seperti kegiatan sosial, ekonomi, atau kemasyarakatan, maka pesan politik pun lebih mudah diterima dan diinternalisasi oleh publik. Dukungan yang terbentuk melalui proses ini jauh lebih stabil karena tidak hanya dibangun melalui logika kampanye, tetapi juga melalui pengalaman empirik dan hubungan antarpersonal yang erat.

## **BAB III**

### **TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Temuan Penelitian**

Pada bagian ini, peneliti menyampaikan uraian mengenai hasil-hasil yang ditemukan selama proses penelitian berlangsung. Temuan tersebut merupakan hasil dari proses pengumpulan data yang dilaksanakan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam, observasi lapangan, dan penelusuran dokumen yang relevan. Informasi yang diperoleh dari ketiga metode ini kemudian dikompilasi dan diolah untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai objek kajian.

Selanjutnya, bagian pembahasan akan diarahkan pada analisis strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga dalam rangka mendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka pada Pemilu tahun 2024. Fokus analisis akan berada pada bagaimana strategi tersebut dirancang dan diterapkan dalam konteks sosial-politik setempat.

Untuk memberikan struktur yang sistematis dalam pemaparan hasil, data yang telah diperoleh akan disajikan dalam tiga bagian utama. Bagian pertama akan mengulas secara mendalam bentuk dan pola strategi komunikasi politik yang digunakan oleh relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga. Bagian kedua akan mengkaji sejauh mana strategi tersebut mencapai keberhasilan selama masa kampanye Pemilu 2024. Sementara itu, bagian ketiga akan membahas tantangan-tantangan serta kendala yang dihadapi relawan Bolone Mase dalam menerapkan strategi komunikasi politik mereka di lapangan.

#### **a. Strategi Komunikasi Politik Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga**

Strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga cenderung mengarah pada pendekatan konvensional. Pilihan ini bukan tanpa alasan, melainkan didasarkan pada pertimbangan bahwa strategi komunikasi digital melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook dinilai tidak memberikan dampak signifikan bagi mereka.

Di sisi lain, mereka menyadari bahwa relawan pasangan calon lain, khususnya pendukung Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar, jauh lebih unggul

dalam penguasaan ruang digital. Kekuatan relawan lawan dalam memproduksi dan menyebarkan konten digital yang masif membuat Relawan Bolone Mase lebih memilih memfokuskan upaya mereka pada strategi komunikasi luring yang dinilai lebih sesuai dengan karakteristik pemilih di Kabupaten Purbalingga.

Uut Triyas Yanuar, Koordinator Kecamatan Mrebet dari Bolone Mase Purbalingga, dalam wawancara pada 11 Maret 2025, menyampaikan bahwa relawan pasangan calon 01 (Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar) dapat menghabiskan waktu hingga 24 jam untuk mengawal pasangan calon yang didukung. Oleh karena itu, pihaknya lebih memilih menggunakan strategi konvensional. Di dunia maya, mereka hanya melakukan pengimbangan secara personal, dengan kehadiran di Facebook, Instagram, dan Youtube. Namun, prioritas utama tetap pada pendekatan konvensional melalui rekrutmen secara *door-to-door*, yang menurutnya tidak dimiliki oleh relawan 01 (Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar) dan 03 (Ganjar Pranowo – Mahfud MD).

Relawan Bolone Mase Purbalingga menerapkan strategi rekrutmen yang unik dan menyeluruh untuk menjaring anggota dari berbagai kalangan. Salah satu pendekatan utama yang digunakan adalah melalui warung-warung kopi yang tersebar di Kabupaten Purbalingga. Tempat ini dipilih karena merupakan pusat interaksi sosial bagi anak muda, sehingga memudahkan relawan dalam berdiskusi dan menarik minat mereka untuk bergabung.

Selain itu, rekrutmen juga dilakukan melalui jalur kekeluargaan dengan melibatkan orang tua sebagai penghubung, sehingga menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas. Tidak hanya itu, relawan juga menggandeng berbagai organisasi dan komunitas yang ada di Kabupaten Purbalingga, memastikan bahwa proses perekrutan berjalan lintas sektor dan mencakup semua lini masyarakat.

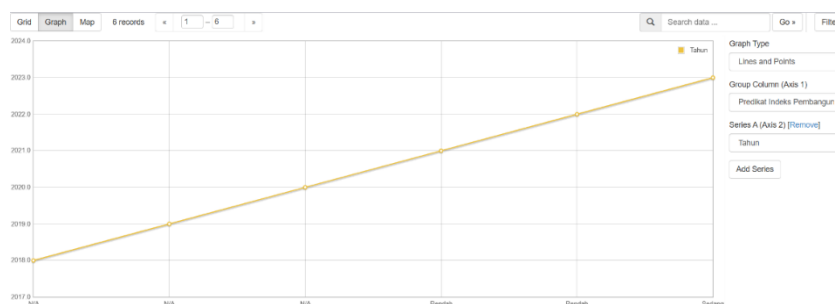
Setelah berhasil merekrut anggota, Relawan Bolone Mase tidak hanya berhenti pada proses perekrutan semata, tetapi juga secara aktif melibatkan diri dalam penyampaian dan sosialisasi program-program yang mereka usung. Kegiatan ini dilakukan melalui berbagai forum warga, diskusi kelompok terbatas, hingga kegiatan-kegiatan sosial yang melibatkan komunitas lokal. Dalam setiap kesempatan, relawan berusaha memberikan pemahaman yang utuh kepada masyarakat mengenai pentingnya keberlanjutan pemerintahan sebagai fondasi

untuk memastikan keberlangsungan kebijakan publik dan proyek pembangunan yang telah dirancang sebelumnya.

Pendekatan yang mereka gunakan bersifat komunikatif, partisipatif, dan inklusif, dengan harapan masyarakat tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi juga subjek yang sadar akan perannya. Melalui cara ini, kesadaran politik masyarakat diharapkan tumbuh secara organik, sehingga partisipasi mereka dalam proses pembangunan daerah menjadi lebih aktif, kritis, dan berkesinambungan.

Relawan Bolone Mase Purbalingga menyadari bahwa strategi komunikasi politik yang bersifat konvensional, seperti pendekatan langsung dari orang ke orang (*person-to-person*) dan kunjungan dari rumah ke rumah (*door-to-door*), jauh lebih efektif dalam menjangkau masyarakat di Kabupaten Purbalingga. Hal ini didasarkan pada realitas bahwa tingkat kesadaran warga terhadap politik digital masih tergolong rendah. Meskipun sebagian besar masyarakat sudah terbiasa menggunakan ponsel dalam aktivitas sehari-hari, mereka jarang mengakses atau mencari informasi terkait politik melalui *platform digital*.

Selain itu, dikutip dari situs Portal Data Jatengprov, Predikat Indeks Pembangunan Literasi Masyarakat (IPLM) di Kabupaten Purbalingga pada empat tahun terakhir masih tergolong rendah, hanya meningkat ke predikat sedang pada tahun 2024.



**Gambar 3.1**  
**Predikat Indeks Pembangunan Literasi Masyarakat (IPLM)**  
**Kabupaten Purbalingga**

Kondisi ini terutama terlihat pada kelompok warga lansia dan pekerja harian, yang cenderung menggunakan ponsel hanya pada waktu-waktu tertentu, seperti untuk berkomunikasi dengan keluarga atau keperluan pekerjaan, bukan untuk mengikuti perkembangan politik atau menerima informasi kampanye.

Terbatasnya intensitas penggunaan media digital membuat mereka kurang terjangkau oleh pesan-pesan politik yang disebarkan melalui media sosial.

Menyadari hal tersebut, relawan memilih pendekatan yang lebih personal dan langsung, seperti kunjungan rumah, dialog informal, serta keterlibatan dalam kegiatan sosial warga, agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan lebih jelas, efektif, dan sesuai dengan konteks kehidupan sehari-hari mereka. Pendekatan ini juga dinilai lebih humanis dan mampu membangun kedekatan emosional antara relawan dan masyarakat sasaran.

Melalui interaksi tatap muka, relawan dapat menjelaskan program-program secara rinci, membangun kedekatan emosional dengan masyarakat, serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak hanya sekadar diterima, tetapi juga dipahami dengan baik. Dengan demikian, strategi komunikasi konvensional ini dianggap sebagai cara yang paling relevan dan tepat sasaran dalam mengajak masyarakat Kabupaten Purbalingga untuk lebih peduli dan terlibat dalam dinamika politik lokal.

Pesan utama yang ingin disampaikan oleh Relawan Bolone Mase Purbalingga kepada masyarakat adalah pentingnya keberlanjutan dalam pemerintahan dan pembangunan daerah. Keberlanjutan di sini berarti bahwa meskipun kepemimpinan mengalami pergantian secara periodik, program-program yang telah berjalan dengan baik dan terbukti membawa manfaat bagi masyarakat seharusnya tetap dilanjutkan dan dikembangkan. Relawan ingin menanamkan kesadaran bahwa perubahan pemimpin bukan berarti memulai semuanya dari nol, melainkan melanjutkan fondasi yang telah dibangun sebelumnya agar hasil yang dicapai semakin optimal.

*“Kita semuanya sudah melihat ketika ganti pimpinan, ganti presiden, program berganti. Itu yang terkadang menjadi faktor utama stagnansi pembangunan nasional. Sehingga bagus ya Prabowo – Gibran melanjutkan program-programnya Pak Jokowi, baik program pembangunan maupun program pemberdayaan,”* ujar Ginanjar, Koordinator Kecamatan Purbalingga, Bolone Mase Purbalingga, wawancara 11 Maret 2025.

Dengan pesan ini, masyarakat diharapkan lebih kritis dalam melihat dinamika politik dan pemerintahan, serta tidak mudah terpengaruh oleh wacana yang hanya berorientasi pada perubahan tanpa mempertimbangkan kesinambungan. Relawan Bolone Mase Purbalingga juga berupaya membangun

pemahaman bahwa program-program yang sudah terbukti efektif sebaiknya tidak dihentikan hanya karena perbedaan kepentingan politik.

Sebaliknya, mereka harus didukung agar terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih luas. Oleh karena itu, relawan aktif mengedukasi masyarakat agar lebih peduli terhadap kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, serta berperan aktif dalam mengawal keberlanjutan pembangunan demi kemajuan Kabupaten Purbalingga secara jangka panjang.

Dalam upaya mengenalkan calon pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka kepada masyarakat, khususnya kalangan Gen Z, Relawan Bolone Mase Purbalingga menerapkan strategi pendekatan emosional yang dirancang agar lebih relevan dan menarik bagi generasi muda.

Strategi ini didasarkan pada fakta bahwa Gibran Rakabuming Raka, sebagai calon wakil presiden, memiliki usia yang lebih dekat dengan Gen Z, sehingga lebih mudah untuk membangun koneksi emosional dengan mereka. Keterwakilan usia ini menjadi nilai tambah dalam membangun narasi bahwa pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka adalah sosok pemimpin yang tidak hanya memahami aspirasi generasi muda tetapi juga siap memberikan solusi konkret bagi kebutuhan mereka.

Relawan Bolone Mase Purbalingga menekankan bahwa pasangan ini memiliki komitmen yang kuat terhadap pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta kemajuan di bidang digital. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi Gen-Z yang banyak berkecimpung dalam ekonomi kreatif, wirausaha digital, dan platform berbasis teknologi. Melalui diskusi informal, kegiatan komunitas, serta pemanfaatan media sosial, relawan berusaha menunjukkan bagaimana Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka menawarkan program yang sejalan dengan gaya hidup dan kebutuhan Gen-Z.

Dengan pendekatan yang lebih personal dan emosional, relawan berharap dapat menumbuhkan rasa kedekatan dan keyakinan bahwa kepemimpinan pasangan ini akan membawa perubahan positif bagi masa depan generasi muda serta kemajuan ekonomi berbasis digital di Indonesia.

Menurut Bapak Oki Nur Setiawan dalam wawancara pada tanggal 11 Maret 2025, strategi lain yang dinilai efektif yang diterapkan oleh Relawan Bolone Mase Purbalingga dalam membangun kedekatan dengan masyarakat adalah melalui pembagian kaos. Selama masa kampanye Pemilu 2024, kaos

berwarna hitam dengan desain sederhana berupa siluet Gibran Rakabuming Raka menjadi salah satu elemen yang sangat diminati oleh masyarakat Kabupaten Purbalingga. Keunikan desainnya yang minimalis namun kuat dalam menyampaikan pesan politik membuat kaos ini bukan sekadar atribut kampanye, melainkan juga simbol identitas dan dukungan bagi pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka.



**Gambar 3. 2**  
**Desain Kaos Bolone Mase**

Keberhasilan strategi ini tidak hanya terletak pada distribusi kaos semata, tetapi juga pada dampak politik yang dihasilkannya. Dengan banyaknya masyarakat yang mengenakan kaos tersebut dalam berbagai kesempatan, baik saat berkumpul di warung kopi, menghadiri acara komunitas, maupun beraktivitas sehari-hari, pesan politik Bolone Mase secara tidak langsung tersebar luas. Kaos ini menjadi media komunikasi visual yang efektif, menciptakan efek psikologis di mana semakin banyak orang yang melihatnya, semakin kuat pula pengaruh dan daya tarik pasangan calon yang diusung.

Lebih dari sekadar strategi kampanye, pembagian kaos juga mencerminkan pendekatan relawan dalam membangun hubungan dengan masyarakat. Dengan memberikan sesuatu yang memiliki nilai fungsional sekaligus emosional, relawan berhasil menanamkan rasa keterikatan dan kebersamaan dalam gerakan politik ini. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik tidak selalu harus bersifat formal atau kompleks, tetapi dapat dilakukan dengan cara sederhana namun berdampak luas dalam membentuk persepsi publik serta meningkatkan loyalitas pemilih.

Kaos kampanye bukan sekadar atribut visual, tetapi berfungsi sebagai media komunikasi simbolik yang mampu membangun kedekatan emosional antara kandidat (atau relawan) dengan masyarakat. Dalam konteks strategi

komunikasi politik, atribut seperti kaos memiliki fungsi afektif, yaitu menciptakan rasa keterlibatan, kebanggaan, dan afiliasi terhadap sosok yang didukung.

Menurut teori simbolik dalam komunikasi politik (Edelman, 1985), simbol-simbol sederhana dapat menjadi jembatan antara pesan politik dan emosi publik. Dalam hal ini, kaos dengan desain siluet Gibran menjadi simbol yang mudah dikenali, sekaligus menciptakan persepsi “kedekatan” karena masyarakat merasa menjadi bagian dari gerakan atau komunitas pendukung.

Secara psikologis, saat seseorang mengenakan kaos dengan simbol tertentu, ia menunjukkan identifikasi diri terhadap kelompok politik tersebut. Ini menciptakan perasaan "kita" dan mengurangi jarak antara pemilih dan kandidat. Relawan Bolone Mase memanfaatkan hal ini untuk membumikan citra pasangan calon dalam bentuk yang dapat disentuh, dipakai, dan dipamerkan secara sosial. Dalam masyarakat semi-perdesaan seperti Kabupaten Purbalingga, pendekatan ini terasa lebih nyata dibanding kampanye digital yang abstrak.

Dengan kata lain, kaos berfungsi sebagai medium komunikasi non-verbal yang menandakan kehadiran figur politik dalam kehidupan sehari-hari pemilih. Relawan Bolone Mase tidak hanya membagikan kaos, tetapi juga menyertainya dengan interaksi langsung, misalnya saat pembagian dilakukan di posko, warung kopi, atau acara komunitas yang memperkuat dimensi kedekatan interpersonal.

#### **b. Keberhasilan Relawan Bolone Mase Semasa Pemilu 2024 di Kabupaten Purbalingga**

Keberhasilan yang dicapai oleh Relawan Bolone Mase Purbalingga sejak masa Pemilu 2024 hingga saat ini tidak hanya terbatas pada kegiatan politik, tetapi juga dalam upaya memberdayakan masyarakat sesuai dengan minat, keterampilan, dan keinginan mereka.

Relawan memahami bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan sosial dan ekonomi dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap komunitas serta mendorong pertumbuhan yang lebih inklusif. Oleh karena itu, Bolone Mase Purbalingga berperan sebagai fasilitator yang menjembatani kebutuhan masyarakat dengan berbagai kegiatan positif dan produktif.

Sebagai contoh, untuk anak muda yang memiliki ketertarikan dalam dunia *e-sports* dan olahraga, Bolone Mase Purbalingga mengadakan berbagai turnamen, seperti Mobile Legends, PUBG Mobile, dan futsal.



**Gambar 3.3**  
**Turnamen Mobile Legends Bolone Mase**

Kegiatan ini tidak hanya memberikan wadah bagi mereka untuk menyalurkan hobi, tetapi juga memperkuat solidaritas antar=anggota komunitas serta membuka peluang bagi bakat-bakat lokal untuk berkembang. Sementara itu, bagi kalangan dewasa yang lebih tertarik pada keterampilan produktif, relawan memfasilitasi pelatihan dan kegiatan di bidang kerajinan tangan, seperti pembuatan sapu ijuk dan berbagai produk berbasis keterampilan lokal lainnya.

Oki Nur Setiawan, Koordinator Kabupaten Bolone Mase Purbalingga, dalam wawancara pada 11 Maret 2025, menyatakan bahwa peluang ekspor hasil olahan sabut kelapa ke Korea dapat dimaksimalkan melalui korelasi dengan program-program dari pemerintah Kabupaten Purbalingga. Menurutnya, hal tersebut bisa menjadi sarana untuk mengikat konstituen, meskipun saat ini nilai ekspor masih berada di angka 600 juta rupiah per bulan.

Melalui pendekatan ini, Bolone Mase Purbalingga tidak hanya menjadi bagian dari gerakan politik, tetapi juga hadir sebagai motor penggerak sosial dan

ekonomi bagi masyarakat. Dengan memberikan dukungan yang beragam sesuai dengan minat dan kebutuhan berbagai kelompok usia, mereka berupaya menciptakan lingkungan yang lebih dinamis, kreatif, dan sejahtera bagi seluruh warga Kabupaten Purbalingga.

*“Iya jadi beberapa program yang lagi dijalani Bolone Mase sekarang ini masih dalam tahap penataan, belum sepenuhnya bisa dikatakan berhasil atau selesai. Sekarang fokusnya di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM),”* ujar Ginanjar, Koordinator Kecamatan Purbalingga, Bolone Mase Purbalingga, wawancara 11 Maret 2025.

Dalam upaya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, Bolone Mase Purbalingga telah melakukan pendataan terhadap masyarakat, khususnya di desa-desa, yang ingin memulai atau mengembangkan bisnis UMKM mereka. Data ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyalurkan pendanaan yang nantinya akan dianggarkan melalui berbagai tingkatan pemerintahan, baik di tingkat kabupaten, provinsi, maupun nasional.

Langkah ini tidak hanya memperlihatkan perhatian relawan terhadap isu ekonomi, tetapi juga menunjukkan bahwa gerakan politik dapat memainkan peran konkret dalam mendukung pembangunan ekonomi masyarakat. Dengan basis data yang akurat, intervensi program pemerintah dapat lebih tepat sasaran, sekaligus memperkuat posisi relawan sebagai jembatan antara kebutuhan warga dan kebijakan publik.

Selain mendukung UMKM secara umum, Bolone Mase Purbalingga juga berfokus pada pengembangan sektor kuliner yang menjadi bagian penting dari ekonomi lokal. Salah satu contoh konkret dari inisiatif ini adalah pendataan lokasi-lokasi strategis di Kabupaten Purbalingga yang dinilai cocok untuk pendirian angkringan, sebuah usaha kuliner khas yang telah menjadi bagian dari budaya masyarakat setempat.

Dengan konsep “satu kecamatan, satu angkringan,” relawan berharap dapat menciptakan lebih banyak peluang usaha bagi warga setempat serta meningkatkan geliat ekonomi di tingkat komunitas. Inisiatif ini juga dimaksudkan untuk menghidupkan ruang-ruang publik yang sebelumnya kurang produktif, serta menjadikan angkringan sebagai pusat interaksi sosial yang mendukung solidaritas warga. Melalui dukungan relawan dalam bentuk pendampingan dan fasilitasi perizinan, program ini diharapkan dapat menjadi

langkah awal menuju pemberdayaan ekonomi yang berorientasi pada kemandirian masyarakat.



**Gambar 3. 4**  
**Angkringan Bolone Mase Purbalingga**

Melalui langkah-langkah ini, Bolone Mase Purbalingga tidak hanya berperan sebagai wadah politik, tetapi juga sebagai agen perubahan yang berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat. Meskipun program-program ini masih dalam tahap penataan, diharapkan dengan strategi yang tepat dan dukungan dari berbagai pihak, inisiatif ini dapat berkembang dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat Kabupaten Purbalingga di masa mendatang (Wawancara, 11 April 2025).

**c. Tantangan dan Hambatan dalam Menjalankan Strategi Komunikasi Politik Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga**

Menurut bapak Oki Nur Setiawan, tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh Relawan Bolone Mase Purbalingga dalam menjalankan perannya tergolong minim dan tidak signifikan. Salah satu tantangan yang sempat muncul adalah adanya persepsi negatif dari sebagian masyarakat yang kontra terhadap gerakan Bolone Mase. Akan tetapi, hal tersebut tidak menjadi persoalan besar bagi relawan. Sebab, ketika Bolone Mase terjun langsung ke lapangan, mereka tidak hanya bergerak dalam ranah sosialisasi, tetapi juga aktif dalam konsolidasi, koordinasi, serta eksekusi program. Pendekatan langsung kepada masyarakat

menjadi strategi utama mereka dalam membangun kepercayaan dan memperkuat posisi sebagai relawan yang independen.

Selain itu, gesekan dengan fraksi atau relawan lain, baik yang mendukung pasangan calon Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka maupun pasangan calon lain, juga tidak terjadi. Hal ini disebabkan oleh sifat independen dari Bolone Mase yang tidak berafiliasi dengan partai politik atau kelompok tertentu. Semua koordinasi berpusat langsung di Surakarta, sehingga mereka tidak terpengaruh oleh kepentingan fraksi-fraksi lain yang berpotensi menimbulkan konflik internal.

Berbeda dengan organisasi lain yang sering kali menginduk ke suatu fraksi dan menghadapi dinamika kepentingan yang kompleks, Bolone Mase memiliki struktur yang lebih sederhana dan terorganisir dengan baik. Struktur ini memungkinkan setiap elemen relawan di tingkat lokal untuk bergerak dengan lebih luwes, namun tetap dalam garis besar strategi yang sama.

Di sisi lain, independensi mereka juga menciptakan ruang kolaborasi yang lebih terbuka dengan berbagai lapisan masyarakat, tanpa dibatasi oleh sekat-sekat ideologis atau loyalitas partai. Hal inilah yang kemudian menjadi salah satu kekuatan utama Bolone Mase, mereka dapat fokus sepenuhnya pada pendekatan kultural dan sosial, tanpa terjebak dalam manuver politik internal yang kerap menghambat efektivitas gerakan relawan lainnya.

Koordinator Bolone Mase, baik di tingkat nasional maupun kabupaten, memiliki otoritas penuh dalam mengatur pergerakan relawan. Jika terdapat anggota yang tidak mengikuti arahan koordinator, maka mereka akan segera digantikan dengan orang lain yang lebih siap menaati garis komando.

Sistem ini memastikan bahwa organisasi tetap berjalan dengan efisien dan minim konflik. Struktur yang jelas, alur koordinasi yang tertata, serta adanya pembagian tugas yang proporsional menjadi fondasi utama dalam menjaga stabilitas organisasi. Dengan manajemen yang disiplin dan strategi komunikasi yang efektif, potensi konflik, baik secara internal maupun eksternal, dapat diminimalisir secara signifikan. Setiap perbedaan pendapat disikapi melalui mekanisme musyawarah, sementara setiap keluhan ditangani melalui jalur komunikasi yang terbuka dan responsif.

Berdasarkan evaluasi internal, persentase potensi konflik dalam Bolone Mase hanya berkisar antara 2 hingga 3 persen, bahkan tidak pernah mencapai

angka 5 persen. Kondisi ini menunjukkan bahwa iklim organisasi yang sehat dapat dibangun melalui keterbukaan, kejelasan struktur, dan konsistensi dalam pelaksanaan tugas.

Hal ini menunjukkan bahwa gerakan ini mampu mempertahankan stabilitas dan kesolidan timnya dalam mendukung visi dan misi yang telah mereka canangkan. Dalam praktiknya, struktur komando yang jelas dan sistem pengawasan yang ketat menjadi pondasi penting dalam mencegah terjadinya disorganisasi di lapangan.

Setiap relawan memahami tanggung jawabnya secara individual, namun tetap bergerak dalam kerangka kolektif yang saling menopang. Bahkan dalam kondisi tekanan tinggi menjelang masa kampanye, kemampuan Bolone Mase untuk menjaga disiplin operasional menunjukkan kematangan organisasi yang tidak umum dimiliki oleh relawan non-partai. Ketiadaan konflik besar juga mencerminkan kuatnya nilai loyalitas dan komitmen di antara para anggota, yang tidak hanya digerakkan oleh instruksi struktural, tetapi juga oleh kesadaran ideologis terhadap tujuan bersama.

## **B. Pembahasan**

Penelitian ini membahas strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Relawan Bolone Mase dalam mendukung pasangan calon Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka pada Pemilu 2024 di Kabupaten Purbalingga. Temuan yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dikaji melalui kerangka teori komunikasi politik sebagaimana dirumuskan oleh McNair (2018), Kaid (2004), serta elemen strategi komunikasi kampanye dari Andamisari (2024) dan Humas Indonesia (2023). Pembahasan ini dibagi ke dalam tiga bagian utama, yaitu strategi komunikasi yang digunakan, capaian keberhasilan, dan penanganan tantangan internal.

### **a. Strategi Yang Di Gunakan Relawan Bolone Mase**

Strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga menunjukkan kecenderungan kuat terhadap pendekatan konvensional. Hal ini mencerminkan karakteristik geografis dan sosial masyarakat setempat yang belum sepenuhnya terdigitalisasi dalam konteks komunikasi politik. Meskipun relawan dari pasangan calon lain seperti Anies

Baswedan – Muhaimin Iskandar mengoptimalkan media sosial sebagai sarana kampanye, Bolone Mase memilih untuk mengutamakan komunikasi interpersonal.

Pendekatan ini dipilih bukan tanpa alasan, melainkan sebagai hasil dari adaptasi terhadap kondisi geografis dan sosial masyarakat Kabupaten Purbalingga yang belum sepenuhnya terdigitalisasi dalam konteks kehidupan politik sehari-hari. Karakteristik masyarakat yang masih sangat mengandalkan komunikasi tatap muka, serta keterbatasan infrastruktur digital di beberapa wilayah desa dan pinggiran, menjadikan strategi konvensional tetap relevan dan bahkan efektif dalam menjangkau konstituen secara lebih emosional dan mendalam.

Berbeda dengan relawan pasangan calon lain seperti Anies-Muhaimin, yang secara aktif dan intensif memaksimalkan pemanfaatan media sosial sebagai medium utama kampanye, Bolone Mase justru lebih menitikberatkan pada pendekatan langsung kepada masyarakat. Mereka tidak hanya menyebarkan pesan politik melalui dunia maya, tetapi secara aktif melakukan kegiatan door-to-door, diskusi informal di warung kopi, pengajian, acara sosial, hingga pertemuan keluarga besar sebagai bentuk penguatan relasi antarindividu. Strategi ini menunjukkan bahwa komunikasi yang bersifat personal dan emosional masih menjadi salah satu pendekatan yang ampuh untuk membangun kepercayaan dan mendapatkan simpati politik di kalangan masyarakat Kabupaten Purbalingga.

Dalam pelaksanaannya, pendekatan ini juga memperlihatkan kesesuaian dengan konsep segmentasi audiens sebagaimana dikemukakan oleh Andamisari (2024). Dalam pandangan Andamisari, strategi komunikasi yang efektif perlu diarahkan secara khusus kepada segmen masyarakat yang memiliki karakteristik serupa, baik dari segi usia, latar belakang sosial, maupun budaya. Relawan Bolone Mase, misalnya, secara sadar menyasar kelompok-kelompok strategis seperti pemilih pemula, anak muda, dan tokoh masyarakat lokal sebagai simpul komunikasi politik. Di warung kopi, relawan membangun ruang diskusi dengan kalangan muda, berbagi narasi tentang kesinambungan program pembangunan,

serta menyisipkan nilai-nilai nasionalisme dan harapan masa depan dalam bahasa yang mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat.

Lebih jauh, strategi komunikasi yang mengedepankan pendekatan langsung ini juga didukung oleh pandangan McNair (2018) yang menjelaskan pentingnya *direct personal contact* dalam komunikasi politik, terutama dalam konteks komunitas yang belum memiliki literasi digital tinggi. McNair menekankan bahwa dalam lingkungan di mana teknologi informasi belum menjadi medium utama komunikasi, interaksi tatap muka dapat memberikan pengaruh yang lebih besar dalam membentuk opini politik dan menentukan preferensi pemilih. Interaksi langsung ini memungkinkan relawan untuk membaca bahasa tubuh, menangkap emosi masyarakat, sekaligus menjawab pertanyaan-pertanyaan atau keraguan secara langsung, yang tidak mungkin didapatkan melalui komunikasi satu arah seperti iklan digital.

Tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan dukungan elektoral, strategi komunikasi yang digunakan oleh relawan Bolone Mase juga diarahkan untuk membangun kedekatan emosional dan keterikatan sosial antara masyarakat dan figur calon yang mereka dukung. Relawan secara aktif menggunakan simbol-simbol yang lekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, seperti pembagian kaos kampanye, penyelenggaraan turnamen *e-sports*, pelatihan *soft skill* dan kewirausahaan pemuda, serta keterlibatan dalam acara keagamaan dan budaya lokal. Simbol-simbol ini bukan hanya berfungsi sebagai *gimmick* kampanye, tetapi sebagai media untuk membentuk narasi keberlanjutan, yakni narasi bahwa pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka merupakan representasi dari keberlanjutan program-program pembangunan yang telah dilakukan pemerintahan sebelumnya.

Pesan keberlanjutan ini juga dapat dipahami dalam konteks *issue ownership*, yaitu upaya strategis untuk mengaitkan kandidat yang diusung dengan isu-isu dominan yang dianggap penting oleh publik. Dalam konteks Bolone Mase, relawan berusaha membingkai Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka sebagai pasangan yang paling layak melanjutkan dan menyempurnakan capaian pemerintahan sebelumnya, baik dari aspek infrastruktur, program bantuan sosial, hingga stabilitas keamanan nasional.

Strategi ini menekankan kepercayaan publik terhadap kesinambungan kebijakan dan keberlanjutan pembangunan sebagai nilai jual politik utama. Meski secara garis besar strategi komunikasi Bolone Mase menekankan pada pendekatan konvensional, bukan berarti mereka menutup diri terhadap perkembangan teknologi informasi. Media sosial tetap digunakan sebagai pelengkap atau pengimbang narasi, terutama dalam menjangkau kalangan muda urban yang lebih aktif di dunia digital. Penggunaan Facebook dan Instagram, meskipun tidak intensif seperti pasangan calon lain, tetap dilakukan untuk menyampaikan informasi penting, menampilkan kegiatan relawan, dan membangun citra positif yang terkurasi. Namun, kekuatan utama mereka tetap terletak pada kemampuan menjalin komunikasi dua arah yang intens, personal, dan emosional dengan masyarakat secara langsung.

Dengan memperhatikan semua elemen tersebut, strategi komunikasi Bolone Mase dapat dikategorikan sebagai strategi yang inklusif, adaptif terhadap karakteristik sosial masyarakat, dan berorientasi pada penguatan ikatan emosional. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menciptakan kesan positif terhadap kandidat yang mereka dukung, membangun relasi yang tahan uji dengan masyarakat, serta memperkuat legitimasi kampanye di tingkat lokal.

#### **b. Keberhasilan Relawan Bolone Mase**

Keberhasilan Relawan Bolone Mase dalam Pemilu 2024 di Kabupaten Purbalingga tidak semata-mata diukur dari hasil elektoral pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka yang unggul di wilayah tersebut, tetapi juga dari efektivitas strategi komunikasi yang mampu membangun partisipasi dan loyalitas masyarakat. Keberhasilan ini dapat dianalisis melalui empat dimensi strategi kampanye politik sebagaimana dijelaskan oleh Andamisari (2024): segmentasi audiens, personalisasi pesan, penggunaan media sosial, dan manajemen citra.

Pada dimensi segmentasi audiens, relawan menunjukkan kemampuan yang cukup cermat dalam memetakan dan mengidentifikasi kelompok-kelompok pemilih strategis. Mereka memfokuskan upaya kampanye pada segmen-segmen kunci seperti pemilih muda, pelaku UMKM, dan warga pedesaan yang memiliki karakteristik sosial-ekonomi yang berbeda.

Segmentasi ini memungkinkan relawan untuk merancang pendekatan yang lebih relevan dan kontekstual, seperti mengadakan turnamen *e-sports* guna menarik perhatian Gen-Z yang dekat dengan budaya digital dan kompetisi daring. Di sisi lain, bagi kelompok usia produktif dan dewasa, strategi diarahkan melalui kegiatan pelatihan keterampilan, pengembangan usaha mikro, dan penyediaan fasilitas ekonomi kreatif seperti angkringan. Hal ini bertujuan tidak hanya untuk memperkenalkan visi-misi kandidat, tetapi juga membangun kedekatan emosional melalui kegiatan yang menyentuh kebutuhan nyata masyarakat.

Dalam aspek personalisasi pesan, relawan menyusun narasi kampanye yang menekankan kesinambungan pembangunan nasional. Figur Gibran diposisikan sebagai representasi generasi muda yang membawa semangat progresif, sekaligus simbol regenerasi kepemimpinan. Narasi ini dikaitkan secara strategis dengan upaya untuk melanjutkan capaian-capaian pemerintahan sebelumnya, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya bersifat retorik, tetapi juga membangkitkan harapan terhadap stabilitas dan kemajuan yang berkelanjutan. Penekanan pada kesinambungan ini menjadi fondasi dalam membentuk *political branding* pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka, dengan mengusung pesan bahwa perubahan kepemimpinan tidak harus memutus kesinambungan program yang telah berdampak positif.

Dalam dimensi penggunaan media sosial, meskipun bukan menjadi titik berat dalam strategi komunikasi, relawan tetap memanfaatkan *platform* seperti TikTok dan Instagram sebagai sarana menjangkau pemilih muda, khususnya di wilayah urban yang lebih terhubung secara digital. Penyebaran konten dilakukan secara selektif dan tersegmentasi, menyesuaikan dengan karakteristik pengguna tiap *platform*. Strategi ini melengkapi pendekatan komunikasi konvensional seperti kampanye tatap muka, dan mencerminkan kombinasi antara *strategi push marketing* melalui distribusi langsung konten kampanye dan *pull marketing* dengan menciptakan daya tarik melalui narasi dan visual yang *relatable* bagi audiens target.

Terakhir, pada aspek manajemen citra, pembagian atribut kampanye seperti kaos dengan desain minimalis berfungsi tidak hanya sebagai media promosi pasif, tetapi juga sebagai alat komunikasi simbolik. Kaos tersebut menjadi bagian dari identitas kolektif yang menyatukan pendukung, sekaligus

menciptakan kesan visual yang mudah dikenali di ruang publik. Penggunaan atribut ini mencerminkan pendekatan *soft power*, di mana simbol visual digunakan untuk membangun kedekatan, loyalitas, dan persepsi positif terhadap pasangan calon secara halus namun efektif.

Meskipun dalam praktiknya pembagian kaos sering kali dianggap sebagai bagian dari strategi kampanye simbolik untuk membangun identitas visual dan kedekatan emosional dengan pemilih, tidak dapat dipungkiri bahwa tindakan ini juga dapat dimaknai sebagai bentuk pasif dari praktik *money politics*. Dalam konteks gerakan relawan Bolone Mase, pembagian kaos memang tidak secara eksplisit disertai dengan permintaan atau janji timbal balik kepada penerima, seperti iming-iming untuk memilih calon tertentu.

Namun demikian, pemberian barang dalam bentuk materi, sekecil apa pun, tetap memiliki potensi memengaruhi sikap dan pilihan politik masyarakat, khususnya mereka yang berasal dari kelompok ekonomi menengah ke bawah yang lebih rentan terhadap insentif material dalam mengambil keputusan politik.

*Money politics*, atau yang lebih dikenal sebagai politik uang, adalah salah satu penyakit kronis yang menggerogoti pilar-pilar demokrasi. Praktik ini pada intinya merupakan segala bentuk upaya untuk membeli suara pemilih, baik melalui pemberian uang, paket kebutuhan pokok, maupun janji-janji materiel lainnya, demi memengaruhi keputusan mereka di bilik suara. Tindakan ini tidak hanya melanggar hukum secara terang-terangan, tetapi juga mencederai prinsip pemilu yang bebas, jujur, dan adil (Portal Data Jatengprov, 2024).

Implikasinya sangat merusak dan bercabang. Pertama, politik uang menghancurkan integritas demokrasi itu sendiri. Ketika seorang pemilih menukar suaranya dengan sejumlah uang, maka nilai dari hak politiknya terdegradasi menjadi sekadar barang dagangan. Akibatnya, kompetisi politik tidak lagi menjadi ajang pertarungan ide dan program, melainkan pertarungan kekuatan modal. Hal ini secara langsung membuka jalan bagi terpilihnya pemimpin yang tidak kompeten. Mereka berkuasa bukan karena gagasan atau rekam jejak yang baik, melainkan karena kemampuan finansial untuk membeli dukungan.

Kedua, praktik ini merupakan akar dari budaya korupsi yang sistemik. Kandidat yang telah menghabiskan dana fantastis untuk politik uang akan merasa perlu untuk "mengembalikan modal" setelah menjabat. Dari sinilah siklus

korupsi dimulai, di mana kebijakan publik, alokasi anggaran, dan proyek pemerintah dijadikan alat untuk memperkaya diri sendiri dan kelompoknya, mengabaikan amanat dan kepentingan rakyat yang lebih luas.

Bentuk praktik politik uang di lapangan pun sangat beragam dan terus beradaptasi untuk menghindari jerat hukum. Metode paling klasik adalah pembagian uang tunai atau sembako secara langsung kepada pemilih menjelang hari pencoblosan. Namun, ada pula metode yang lebih canggih, seperti menjanjikan proyek atau jabatan kepada tokoh berpengaruh di komunitas sebagai imbalan atas dukungan suara. Bentuk paling manipulatif mungkin adalah penyalahgunaan program bantuan pemerintah, di mana bantuan sosial yang seharusnya menjadi hak rakyat "dibingkai" seolah-olah merupakan kemurahan hati pribadi dari kandidat petahana, sebuah cara licik untuk memanen suara dengan menggunakan fasilitas negara.

Secara keseluruhan, keberhasilan relawan Bolone Mase adalah hasil dari penerapan strategi komunikasi yang terintegrasi, berbasis komunitas, serta berorientasi pada emosi dan nilai kebersamaan. Akan tetapi, keberhasilan dari relawan Bolone Mase sendiri berpotensi memunculkan adanya *money politics*, yang mana tindakan ini tidak hanya melanggar hukum secara terang-terangan, tetapi juga mencederai prinsip pemilu yang bebas, jujur, dan adil

### **c. Cara Menangani Permasalahan Internal Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga**

Cara menangani permasalahan internal yang muncul dalam tubuh Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga dapat dilihat melalui pendekatan yang dilakukan secara terstruktur dan berbasis komunikasi politik yang adaptif. Meskipun hambatan yang dihadapi tergolong ringan dan tidak sampai mengganggu stabilitas atau keberlangsungan strategi utama yang telah dirancang, tim relawan tetap menunjukkan kewaspadaan terhadap potensi konflik internal maupun eksternal yang dapat mencederai integritas gerakan mereka. Kemampuan para relawan untuk mengelola dinamika politik di lapangan tidak hanya mencerminkan kecakapan teknis, tetapi juga mencerminkan adanya kepemimpinan komunikasi yang solid dan pemahaman yang baik terhadap medan sosial-politik lokal di Kabupaten Purbalingga.

Namun demikian, kelancaran operasional dalam kampanye bukan berarti tidak ada tantangan sama sekali. Dalam kenyataannya, kondisi kampanye yang relatif stabil justru membuka ruang munculnya praktik-praktik tidak sehat yang dapat mengganggu prinsip-prinsip demokrasi.

Salah satu permasalahan serius yang sempat mencuat dalam kegiatan kampanye Relawan Bolone Mase adalah indikasi keterlibatan dalam praktik politik uang. Fenomena politik uang ini menjadi tantangan substansial karena berpotensi mencoreng nilai-nilai demokrasi yang seharusnya dijaga, seperti kejujuran, transparansi, dan keadilan.

Praktik semacam ini, meskipun tidak secara eksplisit dilakukan oleh relawan, dapat melemahkan kepercayaan publik terhadap proses pemilu secara keseluruhan dan menurunkan kualitas legitimasi yang dimiliki oleh kandidat maupun partai pendukungnya. Dalam menghadapi indikasi dan isu-isu yang sensitif seperti politik uang, relawan Bolone Mase menerapkan pendekatan komunikasi politik yang konstruktif, dengan memperkuat narasi moral dan integritas politik di setiap kesempatan kampanye.

Keberhasilan mereka dalam meredam potensi konflik dan menjaga stabilitas internal, sebagaimana dijelaskan oleh Falah (2023), berkaitan erat dengan strategi komunikasi politik yang dijalankan secara konsisten. Strategi komunikasi yang efektif memungkinkan relawan membentuk citra positif tidak hanya terhadap kandidat yang mereka dukung, tetapi juga terhadap diri mereka sendiri sebagai agen perubahan politik di tingkat lokal. Dengan membangun citra sebagai relawan yang bersih, inklusif, dan berpihak pada masyarakat, mereka berhasil menumbuhkan kepercayaan di kalangan pemilih dan memperkuat basis dukungan secara emosional maupun ideologis.

Komunikasi yang dibangun oleh tim relawan bukan semata-mata bersifat informatif, melainkan juga mengandung unsur persuasif dan afektif, yang memungkinkan terjadinya kedekatan antara relawan dan masyarakat. Mereka tidak hanya menyampaikan program-program atau visi kandidat, tetapi juga merawat relasi sosial dengan warga, mendengarkan keluhan dan kebutuhan mereka, serta menempatkan diri sebagai bagian dari komunitas yang diperjuangkan. Relasi ini menjadi kunci dalam meredam potensi konflik dan memperkuat dukungan elektoral.

Lebih jauh, berdasarkan informasi yang dikutip dari situs P2DPT (2024), komunikasi politik memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk cara pandang publik terhadap isu-isu strategis serta terhadap figur kandidat yang tampil di kontestasi pemilu. Melalui narasi yang dikemas secara tepat dan sesuai dengan konteks lokal, komunikasi politik mampu memengaruhi cara masyarakat berpikir, mengambil keputusan, dan menentukan sikap dalam arena politik. Pesan-pesan yang disampaikan dengan pendekatan yang komunikatif dan terbuka dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi, seperti pemilihan umum, musyawarah warga, dan diskusi publik.

Hal ini menjadikan masyarakat tidak hanya sebagai penonton dalam kontestasi politik, tetapi juga sebagai aktor yang terlibat aktif dalam menentukan arah dan masa depan pemerintahan yang mereka inginkan. Dengan demikian, penanganan permasalahan internal yang dilakukan oleh Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga tidak hanya bersifat reaktif terhadap gangguan, tetapi juga bersifat preventif dengan membangun komunikasi politik yang sehat, etis, dan menyentuh aspek emosional dan kultural masyarakat.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa kekuatan relawan politik tidak semata-mata bergantung pada logistik atau jaringan kekuasaan, tetapi juga pada kemampuan mereka dalam menjalin dialog yang bermakna dan menjaga kepercayaan publik melalui strategi komunikasi politik yang terencana dan manusiawi.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi politik Relawan Bolone Mase dalam Pemilu 2024 di Kabupaten Purbalingga, dapat disimpulkan bahwa gerakan ini memiliki peran strategis dalam mendukung pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka dengan pendekatan komunikasi politik yang unik dan berbasis komunitas. Beberapa temuan utama dalam penelitian ini meliputi:

##### **1. Struktur Organisasi yang Adaptif dan Efektif**

Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga memiliki struktur organisasi yang sederhana namun fleksibel. Dengan kepemimpinan yang terorganisir dari tingkat nasional hingga kabupaten, relawan ini mampu memperluas jaringan dan menjangkau masyarakat luas.

Rekrutmen yang dilakukan secara sistematis, dengan melibatkan lebih dari 3.500 relawan yang tersebar di setiap TPS, menunjukkan efektivitas gerakan dalam mengorganisir sumber daya manusia untuk mendukung pasangan calon yang diusung. Setiap tingkatan kepemimpinan memiliki otoritas dan ruang manuver tersendiri, namun tetap berada dalam kerangka koordinasi terpadu.

Hal ini menciptakan sinergi antara struktur pusat dan daerah, yang tidak hanya mempercepat proses distribusi informasi dan instruksi, tetapi juga memastikan bahwa strategi kampanye dapat dijalankan secara seragam dan konsisten. Fleksibilitas ini menjadi modal penting dalam menjawab tantangan lokal, sekaligus menjaga stabilitas dan arah gerakan secara keseluruhan.

##### **2. Strategi Komunikasi Politik yang Berorientasi Konvensional**

Dalam menghadapi persaingan politik di Pemilu 2024, Relawan Bolone Mase Purbalingga memilih strategi komunikasi konvensional, seperti pendekatan dari pintu ke pintu (*door-to-door*), diskusi di warung kopi, serta penguatan jaringan kekeluargaan. Pendekatan ini dinilai lebih efektif dibandingkan strategi digital, karena tingkat literasi politik digital masyarakat Kabupaten Purbalingga masih rendah.

Dengan strategi komunikasi personal, relawan mampu membangun hubungan emosional yang lebih erat dengan pemilih dan meningkatkan

efektivitas pesan politik yang disampaikan. Interaksi langsung memungkinkan para relawan untuk membaca respon warga secara lebih jujur dan spontan, sekaligus memberikan ruang klarifikasi atas isu-isu politik yang berkembang.

Di sisi lain, pendekatan ini juga menciptakan kesan bahwa relawan dan pasangan calon benar-benar hadir di tengah masyarakat, bukan hanya melalui layar gawai, tetapi melalui kehadiran fisik yang membangun kepercayaan dan loyalitas secara lebih mendalam.

### 3. Penyampaian Pesan Politik yang Menekankan Keberlanjutan Pemerintahan

Relawan Bolone Mase Purbalingga menyampaikan pesan utama mengenai pentingnya keberlanjutan program pemerintahan sebagai landasan utama dalam memilih pemimpin. Mereka menekankan bahwa keberhasilan pembangunan tidak boleh terhenti akibat pergantian kepemimpinan, melainkan harus dilanjutkan agar manfaatnya dapat dirasakan secara maksimal oleh masyarakat.

Dengan narasi ini, relawan berhasil membangun kesadaran politik di kalangan masyarakat agar lebih kritis dalam menilai visi-misi pasangan calon yang diusung. Dalam berbagai kegiatan kampanye yang mereka lakukan, seperti diskusi komunitas, penyebaran selebaran informatif, dan penyampaian testimoni dari warga penerima manfaat program, relawan mengangkat isu keberlanjutan sebagai kunci utama untuk melanjutkan kemajuan yang telah dicapai.

Masyarakat diajak untuk mempertimbangkan rekam jejak, kesesuaian program, serta konsistensi visi antara pemerintahan sebelumnya dengan calon yang baru. Dengan cara ini, pemilih diarahkan untuk tidak hanya berpikir emosional, tetapi juga logis dan berorientasi pada dampak jangka panjang.

### 4. Pendekatan Emosional dan Simbolisme dalam Kampanye

Relawan menggunakan strategi emosional untuk menarik perhatian kelompok pemilih muda (Gen-Z) dengan menonjolkan figur Gibran sebagai pemimpin yang dekat dengan generasi mereka. Selain itu, penggunaan atribut kampanye seperti kaos berdesain sederhana tetapi kuat dalam menyampaikan pesan politik telah menciptakan simbol identitas dan memperkuat dukungan bagi pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka.

Keberhasilan ini menunjukkan bahwa komunikasi politik tidak hanya dilakukan melalui kata-kata, tetapi juga melalui media visual yang memiliki dampak psikologis terhadap masyarakat. Dalam konteks Gen-Z yang tumbuh dalam era digital dan visual, pendekatan ini sangat relevan. Desain visual, gaya

berpakaian, bahkan bahasa tubuh tokoh politik menjadi bagian dari konstruksi pesan yang diserap tidak hanya secara rasional, tetapi juga secara emosional.

Ketika kaos kampanye dikenakan sebagai simbol kebanggaan, bukan sekadar alat promosi, maka pesan politik telah menjelma menjadi bagian dari ekspresi diri kolektif, khususnya bagi kelompok muda yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap isu representasi dan autentisitas.

#### 5. Keberhasilan Relawan dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat

Selain berperan dalam kampanye politik, Relawan Bolone Mase Purbalingga juga aktif dalam pemberdayaan masyarakat melalui berbagai kegiatan yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Inisiatif seperti turnamen *e-sports*, futsal, serta pelatihan keterampilan produktif menunjukkan bahwa relawan tidak hanya sekadar menggalang suara untuk Pemilu, tetapi juga berkontribusi dalam pembangunan sosial dan ekonomi lokal.

Pendekatan ini memperkuat posisi relawan sebagai entitas yang memiliki dampak jangka panjang di luar momentum pemilu semata. Strategi ini sekaligus menandai pergeseran model kampanye dari yang bersifat transaksional menjadi lebih relasional dan berkelanjutan. Melalui kegiatan-kegiatan tersebut, relawan berhasil membangun kepercayaan dan kedekatan yang tidak bisa dicapai hanya dengan pendekatan konvensional seperti penyebaran alat peraga kampanye atau pembagian bantuan sesaat. Ini menjadikan peran relawan tidak hanya relevan selama masa kampanye, tetapi juga setelahnya, ketika masyarakat masih membutuhkan ruang partisipasi yang inklusif dan produktif.

Akan tetapi, peran aktif dalam pemberdayaan masyarakat yang dilakukan Bolone Mase Purbalingga juga memiliki sisi gelap yang perlu dicermati secara kritis. Semakin dekat relawan dengan komunitas sasaran, semakin besar pula potensi munculnya praktik-praktik tidak sehat yang menyimpang dari prinsip kampanye yang bersih dan adil.

Salah satu dampak yang paling nyata adalah indikasi terjadinya politik uang. Praktik ini tampak dalam bentuk pemberian uang tunai, bantuan, atau fasilitas tertentu kepada warga, disertai permintaan agar mereka mengikuti instruksi atau pilihan politik yang ditetapkan oleh relawan.

Hal ini tentu menjadi ironi bagi gerakan yang mengusung semangat kerakyatan dan pemberdayaan, sebab justru berisiko meminggirkan kesadaran politik warga dan menggantinya dengan hubungan transaksional. Fenomena ini

mencerminkan kompleksitas di lapangan, di mana niat baik relawan bisa disalahartikan, atau bahkan disalahgunakan, menjadi instrumen untuk meraih dukungan secara instan.

Dari temuan-temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga telah berhasil dalam membangun dukungan masyarakat terhadap pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka pada Pemilu 2024. Keberhasilan ini didukung oleh struktur organisasi yang fleksibel, pendekatan komunikasi konvensional yang efektif, serta penggunaan strategi emosional dan simbolisme dalam kampanye.

Selain itu, keterlibatan relawan dalam kegiatan sosial dan pemberdayaan masyarakat menunjukkan bahwa gerakan politik yang berbasis komunitas memiliki potensi besar untuk menciptakan dampak yang berkelanjutan dalam kehidupan sosial-politik di tingkat lokal. Kegiatan seperti bakti sosial, pelatihan keterampilan, dan program pemberdayaan ekonomi tidak hanya mempererat hubungan antara relawan dan masyarakat, tetapi juga menciptakan ruang dialog yang konstruktif mengenai isu-isu publik.

Dengan menjadikan masyarakat sebagai bagian aktif dari proses perubahan, gerakan ini secara perlahan membentuk kesadaran kolektif dan memperkuat kapasitas warga dalam menghadapi persoalan sosial secara mandiri. Hal ini memperlihatkan bahwa politik tidak selalu harus identik dengan kampanye elektoral semata, tetapi juga dapat hadir melalui kerja nyata yang berdampak langsung terhadap kesejahteraan masyarakat.

Akan tetapi, apabila keberhasilan Relawan Bolone Mase tidak diimbangi dengan sistem pengawasan yang ketat dan mekanisme kontrol yang tepat, maka keberhasilan tersebut berisiko tercoreng oleh praktik-praktik politik yang menyimpang. Salah satunya adalah politik uang, yang muncul dalam bentuk pemberian sejumlah uang kepada masyarakat dengan syarat mereka harus mengikuti arahan atau instruksi yang diberikan oleh relawan.

Praktik ini bukan hanya mencederai nilai demokrasi, tetapi juga menimbulkan ketergantungan politik yang bersifat transaksional, di mana pilihan politik warga ditentukan bukan oleh kesadaran, melainkan oleh imbalan sesaat. Jika tidak ditangani secara serius, hal ini dapat merusak citra gerakan, serta mengaburkan tujuan ideal dari partisipasi politik berbasis komunitas.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti selama proses penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk penyempurnaan oleh peneliti-peneliti selanjutnya. Penelitian ini memiliki sejumlah kelemahan yang penting untuk diidentifikasi dan dijadikan bahan evaluasi dalam pengembangan penelitian di masa mendatang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Adanya keterbatasan waktu penelitian, tenaga, dan kemampuan peneliti.
2. Keterbatasan pengetahuan penulis dalam membuat dan menyusun tulisan ini, sehingga perlu diuji kembali keandalannya di masa depan.
3. Keterbatasan data yang digunakan dalam penelitian ini membuat hasil kurang maksimal.
4. Keterbatasan literatur hasil penelitian sebelumnya yang masih kurang peneliti dapatkan. Sehingga mengakibatkan penelitian ini memiliki banyak kelemahan, baik dari segi hasil penelitian maupun analisisnya.

## **C. Saran/Rekomendasi**

Saran/rekomendasi berdasarkan keterbatasan penelitian yang dialami langsung peneliti selama proses penelitian ini antara lain:

1. Penelitian sebaiknya direncanakan secara matang dengan menyusun jadwal yang realistis dan terperinci untuk setiap tahapannya, serta memanfaatkan teknologi dan alat bantu yang dapat mempercepat proses pengumpulan dan analisis data.
2. Untuk meningkatkan kualitas penelitian, penting untuk mengikuti pelatihan atau *workshop* yang relevan guna memperdalam pemahaman dan keterampilan metodologis, berkonsultasi dengan pakar atau mentor di bidang terkait untuk memperoleh masukan dan arahan dalam penyusunan serta penulisan penelitian, serta melakukan studi literatur secara komprehensif agar memahami perkembangan terbaru dalam bidang yang diteliti.
3. Untuk meningkatkan kualitas penelitian, perlu memperluas sumber data melalui akses ke *database*, arsip, atau sumber informasi relevan dan terpercaya, menerapkan metode triangulasi data guna memperkuat validitas dan reliabilitas temuan, serta mempertimbangkan pelaksanaan studi pendahuluan atau pilot study untuk mengidentifikasi potensi kendala dalam proses pengumpulan data.

4. Perluas pencarian literatur dengan mencakup sumber dari jurnal internasional, disertasi, dan konferensi ilmiah, serta gunakan kata kunci yang bervariasi dan sinonim untuk menjangkau lebih banyak referensi yang relevan, sambil memanfaatkan jaringan akademik atau komunitas penelitian untuk memperoleh rekomendasi literatur yang mungkin belum banyak dipublikasikan.

## Daftar Pustaka

### Buku

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. SAGE Publication Ltd.
- Kaid, L. L. (2004). *HANDBOOK OF POLITICAL COMMUNICATION RESEARCH*. [www.erlbaum.com](http://www.erlbaum.com).
- Khoirul Muslimin. (2019). *Buku Ajar Komunikasi Politik* (K. Muslimin, Ed.; Revisi).
- McNair, B. (2018). *An Introduction to Political Communication*.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (38th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Syarbaini, S., Nur, S. M., & Anom, E. (2021). *TEORI, MEDIA DAN STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK*.

### Jurnal

- Alfiyani, N. (2018). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK*. 58–59.
- Alvin, S. (2022). *Strategi Komunikasi Politik Caleg PSI Lolos DPRD Kota Bandung di Pemilu 2019*. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 312–323. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i4.1167>
- Andamisari, D. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Yang Efektif Dalam Mencapai Tujuan Politik*. *Jurnal Ilmiah Mewujudkan Masyarakat Madani*, 56(1), 56–62.
- Assad, M., Amin, M., & Nasution, I. K. (2024). *Analisis Strategi Partai Gerindra dalam Meningkatkan Elektabilitas Prabowo Subianto pada Pemilihan Presiden 2019 di Provinsi Aceh*. *PERSPEKTIF*, 13(2), 560–570. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v13i2.11464>

- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Falah, Z. (2023). PERAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM MEMBENTUK CITRA KANDIDA PEMILU. *Syntax Idea*, 5(6), 1247. <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1227>
- Hasfi, N. (2019). KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ilmu Politik*, 10(1).
- Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iwu Iyansyah, M. (2021). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM KOMUNIKASI POLITIK. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 2745–5254.
- Indra, D., & Wahid, U. (2021). Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i2.6198>
- Muhammad Fauzi, S. N. (2021). PENERAPAN METODE MENGUBAH TEKS WAWANCARA MENJADI KARANGAN NARASI UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERBAHASA INGGRIS SISWA KELAS VIII A MTs NEGERI 2 PURBALINGGA SEMESTER. 1(1).
- Nur, E. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI TIM SUKSES PADA KAMPANYE POLITIK UNTUK MEMENANGKAN CALON LEGISLATIF KOTA MAKASSAR The Communication Strategy of Success Team in Political Campaign to Win Legislative Candidates in Makassar. *Jurnal Diakom* |, 2(1), 120–128.
- Permana, M. A. (2016). POLA PERSEBARAN INDUSTRI BULU MATA PALSU DI KABUPATEN PURBALINGGA. 1–1.
- Prasetyo, A. R., & Wati, L. (2025). ANALISIS KOMUNIKASI POLITIK TIM KEMENANGAN PEMILIHAN PILKADA PROVINSI BANTEN 2024. 6(Vol. 6 No. 1 (2025): *Jurnal Riset dan Pengetahuan Nusantara*). <https://ejournals.com/ojs/index.php/jrpn/article/view/1390>
- Rani, S. (2018). Dinamika Komunikasi Politik dalam Pilkada di Indonesia. 17(33).
- Rully, Pristanto, G. F., Irwansyah, & Hasna, S. (2021). Strategi Komunikasi Politik Berbasis Relawan Dalam Pemenangan Pemilihan Gubernur. 7 No. 02.

Turner, D. P. (2020). Sampling Methods in Research Design. *Headache*, 60(1), 8–12.  
<https://doi.org/10.1111/head.13707>

### *Website*

Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga. (2024, July 9). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Purbalingga (Jiwa), 2023.  
<https://purbalinggakab.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjM2IzI=/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-purbalingga.html>

BINUS UNIVERSITY. (2022, December 16). Peran komunikasi dalam Kesuksesan Kampanye Politik. <https://communication.binus.ac.id/2022/12/16/peran-komunikasi-dalam-kesuksesan-kampanye-politik/>

Danarta. (2024, February 20). 14 Februari 2024 - Sejarah Tepus Dalam Pesta Demokrasi Pemilu Presiden dan Legislatif. Website Kalurahan Tepus, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta.  
<https://desatepus.gunungkidulkab.go.id/first/artikel/3624-14-Februari-2024---Sejarah-Tepus-Dalam-Pesta-Demokrasi-Pemilu-Presiden-dan-Legislatif->

Humas Indonesia. (2023, December 29). 4 Strategi Kampanye Humas dalam Partai Politik.  
<https://www.humasindonesia.id/agenda/berita/4-strategi-kampanye-humas-dalam-partai-politik-1750>

Humas Polres Langkat. (2024, September 26). Stop Money Politics: Membangun Pemilu 2024 yang Bersih dan Berintegritas. *Tribrata News Reslangkat Sumut Polri*.  
<https://tribratanews.reslangkat.sumut.polri.go.id/2024/09/26/stop-money-politics-membangun-pemilu-2024-yang-bersih-dan-berintegritas/>

Idezia. (2022, July). Daftar Anggota DPRD Kab. Purbalingga 2024–2029.  
<https://www.idezia.com/2022/07/Daftar.Anggota.DPRD.Kabupaten.Purbalingga.html>

KPU. (2024, March 11). REKAPITULASI HASIL PEMILU PRESIDEN & WAKIL PRESIDEN RI 2024. <https://pemilu2024.kpu.go.id/pilpres/rekapitulasi/33/3303>

- P2DPT. (2024, June 19). Memahami Peran Komunikasi Politik dalam Proses Demokrasi. <https://p2dpt.uma.ac.id/2024/06/19/memahami-peran-komunikasi-politik-dalam-proses-demokrasi/>
- Portal Data Jatengprov. (2024). Predikat Indeks Pembangunan Literasi Masyarakat (PIPLM) Kabupaten Purbalingga. [https://data.jatengprov.go.id/dataset/predikat-indeks-pembangunan-literasi-masyarakat-iplm-kabupaten-purbalingga-tahun-2018-2023/resource/144e1ea6-8f0b-4b22-a71e-72de6641e399?view\\_id=2bfa0883-db91-4e55-9d95-a11dac755213](https://data.jatengprov.go.id/dataset/predikat-indeks-pembangunan-literasi-masyarakat-iplm-kabupaten-purbalingga-tahun-2018-2023/resource/144e1ea6-8f0b-4b22-a71e-72de6641e399?view_id=2bfa0883-db91-4e55-9d95-a11dac755213)
- Salmaa. (2023, June 8). Purposive Sampling: Pengertian, Jenis-Jenis, dan Contoh yang Baik dan Benar. Penerbit Deepublish. <https://penerbitdeepublish.com/purposive-sampling/>
- Sinta Mariska. (2025, January 5). Teknik Analisis Data Kualitatif Panduan Lengkap. <https://kuttabdigital.com/teknik-analisis-data-kualitatif/>

## LAMPIRAN

### A. LAMPIRAN I : Draft Wawancara

Data Informan

Nama :

Jabatan :

Daftar Pertanyaan :

1. Bisa diceritakan bagaimana awal pembentukan relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga?
2. Apa visi dan misi utama dari relawan Bolone Mase dalam Pemilu 2024?
3. Bagaimana sistem kepengurusan bolone mase?
4. Bagaimana sistem kerja di bolone mase?
5. Ada berapa total Bolone Mase di Indonesia?
6. Bentuk Bolone Mase? Organisasi/Bagian dari Partai Politik?
7. Hingga saat ini, ada berapa anggota aktif Bolone Mase Purbalingga?
8. Apa pesan utama yang ingin disampaikan oleh relawan Bolone Mase kepada masyarakat?
9. Apakah ada tantangan dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat? Jika ya, bagaimana Anda mengatasinya?
10. Bagaimana Bolone Mase memilih target audiens sewaktu kampanye?
11. Apakah ada strategi komunikasi khusus untuk kelompok pemilih tertentu, seperti pemilih pemula atau pemilih dari komunitas tertentu?
12. Strategi komunikasi politik seperti apa yang digunakan oleh relawan untuk memperkenalkan kandidat kepada masyarakat?
13. Media komunikasi apa saja yang digunakan oleh relawan Bolone Mase dalam kampanye Pemilu 2024?
14. Seberapa efektif penggunaan media sosial dalam menyebarkan pesan kampanye?
15. Selain media sosial, apakah ada pendekatan komunikasi lain yang digunakan, seperti pertemuan tatap muka atau *door-to-door campaign*?
16. Bagaimana cara relawan membangun kedekatan emosional dengan masyarakat?

17. Pesan kampanye itu lebih ngarah ke logika (pakai data dan fakta) atau lebih main perasaan (bikin ikatan emosional)? Kenapa?
18. Saya sempat melihat beberapa media sosial dari Bolone Mase Purbalingga, akun media sosial tersebut tidaklah yang terlalu aktif, kalau dalam kampanye menggunakan media sosial terbilang efektif, apakah ada teknik persuasi tertentu yang digunakan dalam kampanye ini?
19. Bagaimana strategi relawan dalam menghadapi kampanye negatif atau serangan dari lawan politik?
20. Apakah ada pendekatan khusus dalam mengelola persepsi publik terhadap kandidat yang didukung?
21. Apa strategi komunikasi utama yang diterapkan oleh Relawan Bolone Mase?
22. Bagaimana cara Bolone Mase menyesuaikan strategi komunikasi berdasarkan karakteristik demografis audiens?
23. Bagaimana cara Bolone Mase melibatkan relawan dalam proses komunikasi politik?
24. Apa saja keberhasilan yang telah Bolone Mase Purbalingga capai selama masa pemilu 2024?
25. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh relawan dalam menjalankan kegiatan selama masa kampanye?
26. Apa metode yang Bolone Mase Purbalingga gunakan untuk mengumpulkan umpan balik dari masyarakat?
27. Apa pendekatan yang digunakan untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap calon?
28. Bagaimana cara Bolone Mase Purbalingga menangani perbedaan pendapat di antara relawan atau pendukung?
29. Bagaimana relawan Bolone Mase mengevaluasi keberhasilan strategi komunikasi politik yang telah dijalankan?
30. Apakah ada perubahan strategi komunikasi selama masa kampanye? Jika ada, mengapa perubahan itu dilakukan?
31. Menurut Anda, apa faktor utama yang menentukan keberhasilan komunikasi politik dalam Pemilu 2024?
32. Jika ada satu hal yang ingin diperbaiki dalam strategi komunikasi politik di masa mendatang, apa yang akan Anda lakukan?

## B. LAMPIRAN II : Dokumentasi Wawancara



## C. LAMPIRAN III : Surat Permohonan Pengambilan Data Skripsi



FAKULTAS  
PSIKOLOGI &  
ILMU SOSIAL BUDAYA

Gedung Dr. Soekiman Wirjosandjojo  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 2106, 2114  
F. (0274) 898444 ext. 2106  
E. fpsb@uii.ac.id  
W. fpsb.uuii.ac.id

Tanggal : 11 Maret 2025  
Nomor : 445/Dek/70/DAA/TA/III/2025  
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data Skripsi

Yth. Bapak Ginanjar,  
Koordinator Bolone Mase Kecamatan Purbalingga, Kabupaten Purbalingga,

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah maupun Swasta. Selanjutnya kami mohon izin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

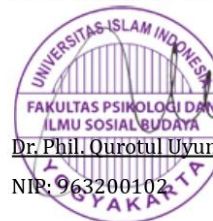
Nama Mahasiswa : Emir Faran Hermawan  
Nomor Induk Mahasiswa : 21321008  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pembimbing : Anggi Arif Fudin Setiadi, S.I.Kom., M.I.Kom.  
Judul Skripsi :

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA PEMILU 2024 (Studi Kasus Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga)**

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia



Dr. Phil. Ourotul Uyun, S.Psi., M.Si., Psikolog

NIP. 963200102

**D. LAMPIRAN IV : Keterangan Telah Melakukan Penelitian/Projek Tugas Akhir**



Hal : Keterangan Telah Melakukan Penelitian/Projek Tugas Akhir

Purbalingga, 12 Maret 2025

Kepada Yth.

**Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)**

**Universitas Islam Indonesia**

Di tempat

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Oki Nur Setiawan  
Instansi : Bolone Mase Purbalingga  
Jabatan : Koordinator Wilayah

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan penelitian/projek tugas akhir di instansi kami selama 2 hari, dari tanggal 11 Maret 2025, hingga 12 Maret 2025.

Nama : Emir Faran Hermawan  
Nomor Mahasiswa : 21312008  
Prodi. / Fak. / Univ. : Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB) Universitas Islam Indonesia  
Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Politik pada Pemilu 2024 (Studi Kasus Relawan Bolone Mase di Kabupaten Purbalingga)

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan. Atas Kerjasama dan perkenan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Purbalingga, 12 Maret 2025

Koordinator Wilayah

Kabupaten Purbalingga

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Oki Nur Setiawan', is written over a light gray rectangular background.

**Oki Nur Setiawan**