

## ABSTRAK

### **Farhan Fahrurrozi: “Strategi Kampanye Politik Mulyana S. Muslim Pada Pemilihan Kepala Desa Tahun 2018” (Studi Kasus di Desa Bojongsari Kecamatan Kedungwaringin Kabupaten Bekasi)**

Penelitian ini berusaha menunjukkan strategi kampanye politik yang dilakukan oleh Mulyana S. Muslim pada kontestasi Pemilihan Kepala Desa di Desa Bojongsari Kecamatan Kedungwaringin Kabupaten Bekasi. Kegiatan kampanye sangat luar biasa untuk dibicarakan, karena bersangkutan dengan komunikasi, integrasi, kapabilitas, dan manifestasi agenda politik yang dimasukkan untuk memperoleh suara masyarakat yang berpihak kepada Mulyana S. Muslim.

Penelitian ini berdasarkan tinjauan Pemilihan Kepala Desa yang dilakukan secara serentak guna meninjau pelaksanaan dan analisis hasil dari Pemilihan Kepala Desa tersebut sesuai dengan produk politik hukum yang berlaku sesuai dengan penempatan dan kapasitas yang ada di lingkungan pemerintahan Kabupaten Bekasi.

Dalam penelitian ini menggunakan pisau analisis menggunakan teori dari Peter mengenai strategi pemenangan politik, yakni strategi ofensif dan strategi defensif. Ada juga dari teori Firmanzah yang membicarakan 4P (*Price, Place, Product, Promotion*).

Metode Penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analisis yang melihat fenomena sosial secara menyeluruh yang kemudian diintegrasikan menjadi suatu kumpulan data. Subjek pada penelitian ini Mulyana S. Muslim selaku Kepala Desa terpilih, tim kampanye, masyarakat, dan tim penyelenggara pilkades itu sendiri. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisa data dalam penelitian ini ialah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini, Mulyana S. Muslim dan tim kampanye melakukan kegiatan strategi pemenangan politik dan strategi kampanye politik yang ditinjau dari *personal branding* yang dilakukan Mulyana S. Muslim sebelum menjabat menjadi Kepala Desa, dan dilihat juga basis kekerabatan yang menguasai sejumlah RW yang ada di Desa Bojongsari.

**Kata Kunci: Kampanye Politik, Personal Branding, Kepala Desa**

## ABSTRACT

### **Farhan Fahrurrozi: "Mulyana S. Muslim's Political Campaign Strategy in the 2018 Village Head Election" (Case Study in Bojong Village, Kedungwaringin District, Bekasi Regency)**

This study seeks to show the political campaign strategy carried out by Mulyana S. Muslim in the contestation of the Village Head Election in Bojongsari Village, Kedungwaringin District, Bekasi Regency. Campaign activities are extraordinary to talk about, because it is concerned with communication, integration, capability, and manifestation of the political agenda put in order to obtain the voice of the people who side with Mulyana S. Muslim.

This research is based on Regent Regulation Number 5 of 2018 concerning Guidelines for the Implementation of Village Head Elections which contains simultaneous Village Head Elections in the Bekasi Regency government environment.

In this study, the analysis knife used Peter's theory of political winning strategies, namely offensive strategies and defensive strategies. There is also from firmanzah theory that talks about 4P (*Price, Place, Product, Promotion*).

The research method used is a qualitative research method with a descriptive-analytical approach that looks at social phenomena as a whole which is then integrated into a data set. The subject of this study was Mulyana S. Muslim as the elected Village Head, the campaign team, the community, and the election organizing team itself. Data collection techniques use interview, observation, and documentation techniques. Data analysis techniques in this study are data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions.

As a result of this study, Mulyana S. Muslim and the campaign team carried out political winning strategy activities and political campaign strategies in terms of *personal branding* carried out by Mulyana S. Muslim before serving as Village Head, and it was also seen that the kinship base controlled a number of RWs in Bojongsari Village.

**Keywords: Political Campaign, Personal Branding, Village Head**