

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desa merupakan cerminan dari negara, karena desa adalah bagian pemerintahan terkecil dan yang paling bawah dari negara. Pemerintah desa terdiri atas kepala desa dan perangkat desa sebagai unsur penyelenggaraan pemerintahan desa. Dalam pemerintahan desa, kepala desa merupakan figur pemimpin desa dimana seorang kepala desa itu mempunyai peranan yang sangat besar dalam memimpin penyelenggaraan pemerintahan desa, membina kehidupan masyarakat desa, memelihara ketentraman dan ketertiban masyarakat desa, mendamaikan perselisihan masyarakat di desa dan membina perekonomian desa guna dalam memimpin sangat menentukan keberhasilan desa dalam mencapai tujuan yang dicita-citakan. Oleh karena itu idealnya dalam memilih calon kepala desa harus benar-benar selektif dan memenuhi persyaratan sebagaimana telah ditentukan dalam Peraturan Daerah Kabupaten Pati Nomor 5 Tahun 2007 Tentang Tata Cara Pencalonan, Pemilihan, Pengesahan, Pelantikan, Pemberhentian Sementara dan Pemberhentian Kepala Desa.¹

Berdasarkan pengamatan selama ini dalam pemilihan kepala desa, kepala desa dipilih langsung oleh penduduk desa dari calon yang memenuhi syarat bahwa calon kepala desa yang dipilih mendapat dukungan suara terbanyak ditetapkan oleh panitia pemilihan kepala desa dan disahkan oleh bupati. Masa jabatan kepala desa adalah 6 tahun terhitung sejak tanggal pelantikan dan dapat diangkat kembali setelah melalui pemilihan untuk satu kali masa jabatan berikutnya. Warga masyarakat dalam pemilihan kepala desa mempunyai hak pilih aktif maupun hak pilih pasif, yang ditetapkan sesuai dengan persyaratan yang diatur dalam undang – undang. Hak pilih aktif yaitu hak untuk memilih kepala desa, sedangkan hak pilih pasif

¹ Peraturan Daerah Kabupaten Pati Nomor 5 Tahun 2007 Tentang Tata Cara Pencalonan, Pemilihan, Pengesahan, Pelantikan, Pemberhentian Sementara dan Pemberhentian Kepala Desa.

merupakan hak seseorang untuk mencalonkan diri dalam pemilihan kepala desa.

Di Kecamatan Jaken Kabupaten Pati terdapat 15 desa yang melakukan Pilkades yaitu:

Tabel 1.1
Daftar Pencalonan Kepala Desa di Kecamatan Jaken
Kabupaten Pati periode 2015 – 2021

No	Nama Desa	Nama Calon	Jumlah Pemilih Suara
1.	Desa Lundo	Denny A. Cahyana	661
		Sri Widowati	29
2.	Desa Sumberarum	Purwatingingsih	662
		Muhammad Mahwud	349
		Jarmin	183
3.	Desa Kebonturi	Agus Junaedi	1.076
		Suprptin	22
4.	Desa Sriwedari	Supat	878
		Marwi	800
		Wasito	775
5.	Desa Boto	Soenarto	564
		Dul Safari	507
		Siti Kholisoh	1
6.	Desa Ronggo	Suganda	2.308
		Suharto	1.406
7.	Desa Tegalarum	Suryono	917
		Soeharto	800
8.	Desa Arumanis	Sudarto	1.033
		Susanto	819

No	Nama Desa	Nama Calon	Jumlah Pemilih Suara
9.	Desa Triyoko	Tarmijan	732
		Dasar Wibowo	731
10.	Desa Sumberagung	Sukawi	1.240
		Alik Istiqomah	60
11.	Desa Mojolampir	Sukat	844
		Suyatmi	84
12.	Desa Sukorukun	Suselo	1.578
		Asmurah	84
13.	Desa Manjang	Sunyarto	622
		Bambang Sunaryo	579
14.	Desa Sidomukti	Rujito	760
		Mamik Rukmiati	122
15.	Desa Sumberan	Karsiman	305
		Rukiyatun	23

Sumber: KPS Kecamatan Jaken, 2015

Dalam pemilihan kepala desa, calon tidak boleh hanya satu dan setiap calon kepala desa bersaing secara ketat dan biasanya antara calon yang satu dengan calon yang lainnya akan berusaha dengan berbagai cara untuk mendapatkan dukungan dari warga masyarakat. Pemilihan Kepala Desa di Desa Tegalarum Kecamatan Jaken Kabupaten Pati, diikuti oleh beberapa calon kepala desa tidak hanya satu yang menjadi calon. Ada beberapa warga lain yang mempunyai minat untuk mencalonkan diri menjadi kepala desa. Setiap calon kepala desa bersaing secara ketat dan diantara calon yang satu dengan calon yang lainnya berusaha dengan berbagai cara untuk mendapatkan dukungan dari warga masyarakat, salah satunya dengan cara membantu membuat dan mendirikan fasilitas umum yang masih dirasakan kurang bagi warga masyarakat, seperti perbaikan jalan, perbaikan tempat

ibadah dan sebagainya. Usaha itu dilakukan dua sampai satu bulan sebelum dilaksanakan pemilihan kepala desa.

pemilihan kepala desa di berbagai daerah pedesaan selama ini memang selalu menarik untuk dicermati. Hal ini dikarenakan pemilihan kepala desa merupakan bentuk dari demokrasi asli yang ada di dalam pemerintahan Indonesia. Anggapan merupakan bagian dari upaya melestarikan cara memilih kepala desa sebagai wujud demokrasi di desa, yang mana kepala desa dipilih secara langsung oleh segenap warga masyarakat desa sejak dahulu hingga saat ini.

Desa Tegalarum Kecamatan Jaken Kabupaten Pati bukan satu-satunya desa dimana dalam pemilihan kepala desa ini menggunakan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2007. Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2007 tentang Tata Cara Pencalonan, Pemilihan, Pengesahan, Pelantikan, Pemberhentian Sementara dan Pemberhentian Kepala Desa juga digunakan sebagai pedoman pelaksanaan pemilihan Kepala Desa di 201 desa dalam 21 Kecamatan yang tersebar di Kabupaten Pati dimana pemilihan kepala desa ini di laksanakan serentak pada tanggal 27 Maret 2015.

Desa Ronggo Suganda mendapat suara 2.308 tetapi peneliti memilih Desa Tegalarum menjadi objek penelitian dikarenakan bahwa terpilihnya Suryono menjadi Kepala Desa Tegalarum karena bukan berarti Suryono Pegawai Negeri Sipil tetapi mempunyai latar belakang dari keluarga kepala desa, sehingga sedikit ada pengalaman untuk mengatur pemerintahan desa. Memang untuk masa jabatan menjadi kepala desa terhitung cukup panjang tapi bukan berarti bagi Suryono kendor dalam menjalankan tugas. Namun sebaliknya bisa semakin prima dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat desa. Dan Suryono juga dirasa memiliki banyak pengalaman sebagai staf di Kecamatan Jaken, harapannya pengalaman-pengalaman yang dimiliki itu dapat digunakan sebagai patokan dalam pelayanan kepada masyarakat.

Masalah yang dihadapi dalam pencalonan Suryono menjadi Kepala Desa Tegalarum adalah menyikapi warga Desa Tegalarum yang berbeda-

beda persepsi. Kefanatikan warga Desa Tegalarum tergolong tinggi karena Suryono berdomisili di Perumnas Winong Pati, sehingga perlu membutuhkan waktu yang cukup lama untuk meyakinkan warga Desa Tegalarum bahwasannya Suryono layak menjadi Kepala Desa Tegalarum Kecamatan Jaken Kabupaten Pati.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah “Analisis Kemenangan Suryono Pada Pemilihan Kepala Desa Tegalarum Kecamatan Jaken Kabupaten Pati Periode Tahun 2015-2021 (Analisis Figur dan Tim Sukses)”. Dengan perumusan masalah adalah “Mengapa Suryono terpilih sebagai Kepala Desa Tegalarum Kecamatan Jaken Kabupaten Pati?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang baik adalah penelitian yang memiliki tujuan yang jelas. Adapun tujuan penelitian yang ditetapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan mengapa Suryono terpilih menjadi Kepala Desa Tegalarum Kecamatan Jaken Kabupaten Pati periode tahun 2015-2021.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Memperkaya khasanah ilmu pengetahuan politik, khususnya yang berkaitan dengan pelaksanaan ataupun tata cara pemilihan kepala desa.
- b. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat umumnya dan peneliti khususnya yang berkaitan dengan pelaksanaan atau tata cara pemilihan kepala desa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat, diharapkan agar dapat mengetahui tata cara Pemilihan Kepala Desa Tegalarum Kecamatan Jaken Kabupaten Pati.
- b. Bagi pemerintah kabupaten dan kecamatan memberi masukan berharga terhadap pelaksanaan peraturan daerah yang berkaitan dengan pemilihan kepala desa, sekaligus sebagai bahan evaluasi bagi penyusunan peraturan selanjutnya yang berkaitan dengan pemilihan kepala desa.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Strategi Politik

a. Pengertian Strategi Politik

Strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana tujuan tersebut dapat di capai.² Secara khusus strategi adalah tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh para khalayak di masa depan. Strategi juga bisa didefinisikan sebagai pendekatan dan komunikasi politik dimana strategi perlu dilakukan oleh para kontestan untuk dapat memenangkan pemilu.³ Para kontestan perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, massa mengambang dan pendukung kontestan lainnya. Strategi ini perlu dipikirkan oleh setiap kontestan karena pesaing juga secara intens melakukan upaya – upaya untuk memenangkan persaingan politik. Dalam hal ini strategi yang dilakukan oleh Suryono

² Rapika Wulandari, Strategi Kampanye Politik Pemilihan Gubernur Kaltim, Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 1, 2013. hal. 224-225.

³ Firmanzah, Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012), hal. 109-112.

diawali dengan memetakan basis massa, menentukan langkah-langkah untuk kampanye dan juga merumuskan program kerja yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Hal ini dilakukan untuk mencari strategi yang dirasa tepat untuk digunakan memenangkan dalam pemilihan kepala desa. Langkah-langkah yang ditempuh untuk memenangkan diawali dengan cara menggalang dukungan, cara mempengaruhi massa dan cara untuk mengimbangi strategi yang dikembangkan oleh lawan politiknya.

Untuk mendapatkan perhatian dan dukungan dari masyarakat Desa Tegalarum, Suryono dan Tim Suksesnya menggunakan media kampanye secara besar-besaran dengan memasang spanduk, banner dan pamflet gambar yang berisi foto yang berkaitan tentang Suryono di tempat-tempat yang dianggap strategis dan mudah dilihat masyarakat di Desa Tegalarum . Media yang digunakan dalam kampanye itu juga terdapat jargon yang bertuliskan “YANG MUDA YANG MEMIMPIN”.

b. Perumusan Strategi Politik

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah – langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi.⁴ Beberapa langkah dalam merumuskan strategi adalah menggunakan analisis SWOT yaitu dengan mengidentifikasi lingkungan dan menentukan misi untuk mencapai visi yang di cita – citakan dalam lingkungan tersebut, melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan di hadapi oleh organisasi, merumuskan faktor – faktor ukuran keberhasilan dari strategi – strategi yang di rancang berdasarkan analisis sebelumnya, menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan

⁴ Rapika Wulandari, Strategi Kampanye Politik Pemilihan Gubernur Kaltim, Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 1, 2013. hal. 224-225.

mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi, memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

c. Strategi Kampanye Politik

Penetapan strategi dalam kampanye politik merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati – hati, sebab jika penetapan strategi salah atau keliru hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga.⁵ Tujuan akhir dari kampanye pemilihan Kepala Desa adalah untuk membawa calon Kepala Desa yang didukung oleh tim kampanye politiknya menduduki jabatan Kepala Desa yang diperebutkan melalui mekanisme pemilihan secara langsung oleh masyarakat.

Kampanye politik adalah periode yang diberikan oleh panitia pemilu kepada semua kontestan, baik partai politik atau perorangan, untuk memaparkan program – program kerja dan mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencoblosan (Lilleker & Negrine, 2000) sebagaimana dikutip dari buku Firmanzah.⁶

Menurut Guru Besar Ilmu Politik Universitas Gajah Mada (UGM) Riswandha Imawan (1998:143-144) dalam buku Muliansyah A. Ways,⁷ menyatakan bahwa, kampanye politik adalah kegiatan individual atau kelompok yang mempengaruhi orang lain, agar mau memberikan dukungan (dalam bentuk suara) kepada mereka dalam suatu pemilihan umum (Pemilu).

⁵ Rapika Wulandari, Strategi Kampanye Politik Pemilihan Gubernur Kaltim, Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 1, 2013. hal. 225.

⁶ Firmanzah, Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012), hal. 271-276.

⁷ Muliansyah Abdurrahman Ways, POLITICAL Ilmu Politik, Demokrasi, Partai Politik & Welfare State, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2015), hal. 144-148.

Menurut Lock dan Harris (1996) dalam buku Firmanzah bahwa kampanye politik terkait erat dengan pembentukan image politik.⁸ Dalam kampanye politik terdapat dua hubungan yang akan dibangun, yaitu internal dan eksternal.

- a. Hubungan internal adalah suatu proses antara anggota-anggota partai dengan pendukung untuk memperkuat ikatan ideologis dan identitas mereka.
- b. Hubungan eksternal adalah mengkomunikasikan image yang akan dibangun kepada pihak luar partai, termasuk media massa dan masyarakat secara luas.

Untuk melakukan kampanye dalam konteks marketing politik, setidaknya partai politik dapat melakukannya dalam tiga tahap.⁹ *Pertama*, mendefinisikan diri dan organisasi, mengukur potensi, kekuatan dan kelemahan; menjadikan partai berorientasi pada pemilih. Dengan demikian, partai politik tidak hanya berorientasi ke dalam sebab publiklah yang kemudian akan menentukan kemenangannya. *Kedua*, mendefinisikan pasar politik. Publik, sebagai pasar politik harus dipahami sebagai bagian dari struktur masyarakat, baik dari sisi pendidikan, sosial, budaya dan lain sebagainya. Selain itu, publik juga dapat dipisahkan dari posisinya, apakah sebagai donatur simpatisan, pendukung. *Positioning* ini penting untuk dapat memperlakukan mereka sesuai dengan kapasitasnya. *Ketiga, delivery*, yaitu proses penyampaian pesan-pesan politik agar menyentuh *electorate*. Strategi ini dapat dilakukan secara langsung ataupun menggunakan media massa.

⁸ Firmanzah, *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012), hal. 271-276.

⁹ Roni Tabroni, *Marketing Politik; Media dan Pencitraan di Era Multipartai*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 8-9.

d. Perencanaan Konseptual Strategi Politik

Berikut adalah beberapa strategi perencanaan konseptual strategi politik, sebagai temuan penting dalam persaingan politik yang dapat diimplikasikan dalam pelaksanaan strategi politik sebagaimana dikutip dari buku Marzukie Alie, yaitu:¹⁰

- 1) Pengembangan dan peningkatan ketokohan secara signifikan dapat mempengaruhi sikap masyarakat terhadap tokoh partai politik dalam menentukan keputusan memilih partai politik. Faktor ketokohan merupakan “*Political – Leader – Driven*” sebagai sikap tokoh partai yang berasal dari keputusan memilih partai.
- 2) Peningkatan masalah hubungan emosional dapat mempengaruhi sikap masyarakat dalam memilih tokoh partai dalam menentukan keputusan memilih partai politik.
- 3) Perencanaan, pelaksanaan dan perwujudan program tokoh dan partai politik mempengaruhi sikap masyarakat dalam memilih tokoh partai dalam menentukan keputusan memilih partai politik.
- 4) Perbaikan dan peningkatan citra atau image atau kesan mempengaruhi sikap masyarakat dalam memilih tokoh partai dalam menentukan keputusan memilih partai politik.
- 5) Memahami peran penting ideologi tokoh dan partai politik mempengaruhi sikap masyarakat dalam memilih tokoh partai dalam menentukan keputusan memilih partai politik.
- 6) Pengembangan sikap dan loyalitas kepada tokoh partai mempengaruhi sikap masyarakat dalam memilih tokoh partai dalam menentukan keputusan memilih partai politik.

Pengembangan sikap dan loyalitas kepada partai mempengaruhi sikap masyarakat dalam memilih tokoh partai dalam menentukan keputusan memilih partai politik.

¹⁰ Marzuki Alie, Pemasaran Politik Di Era Multi Partai, (Jakarta: GPI – Expose, 2012), hal. 201-224.

e. Pendekatan dalam Strategi Politik

Beberapa pendekatan strategi politik yang digunakan dalam ilmu politik dalam memenangkan strategi politik pada pemilihan legislatif, menurut Miriam Budiardjo terdapat 5 (lima) pendekatan strategi, yaitu:¹¹

1) Pendekatan Legal/Institusional

Pendekatan legal/institusional, yang sering dinamakan pendekatan tradisional, mulai berkembang abad 19 pada masa sebelum Perang Dunia II. Dalam pendekatan ini negara menjadi fokus pokok, terutama segi konstitusional dan yuridisnya.

2) Pendekatan Perilaku

Pendekatan perilaku timbul dan mulai berkembang di Amerika pada tahun 1950-an se usai Perang Dunia II. Adapun sebab-sebab kemunculannya adalah sebagai berikut. *Pertama*, sifat deskriptif dari ilmu politik dianggap tidak memuaskan, karena tidak realistis dan sangat berbeda dengan kenyataan sehari-hari. *Kedua*, ada kekhawatiran bahwa, jika ilmu politik tidak maju dengan pesat, ia akan ketinggalan dibanding dengan ilmu-ilmu lainnya, seperti sosiologi dengan tokohnya Max Weber (1864-1920) dan Talcott Parsons (1902-1979), antropologi, dan psikologi. Ketiga, di kalangan pemerintah Amerika telah muncul keraguan mengenai kemampuan para sarjana ilmu politik untuk menerangkan fenomena politik.

3) Teori Ketergantungan (*Dependency Theory*)

Kalangan lain yang juga berada dalam rangka teori-teori kiri, yang kemudian dikenal sebagai Teori Ketergantungan, adalah kelompok yang mengkhususkan penelitiannya pada hubungan antara negara Dunia Pertama dan Dunia Ketiga.

¹¹ Miriam Budiardjo, Dasar – Dasar Ilmu Politik, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 74-96.

4) Pendekatan Pilihan Rasional (*Rational Choice*)

Pendekatan ini muncul dan berkembang belakangan sesudah pertentangan antara pendekatan-pendekatan yang dibicarakan di atas mencapai semacam konsensus yang menunjukkan adanya pluralitas dalam bermacam-macam pandangan. Dalam ilmu politik pada umumnya, dikenal nama Pendekatan Pilihan Rasional. Pengikut Pendekatan ini menimbulkan kejutan karena mencanangkan bahwa mereka telah meningkatkan ilmu politik menjadi suatu ilmu yang benar-benar science.

5) Pendekatan Institusionalisme Baru

Institusionalisme baru (*New Institutionalism*) berbeda dengan pendekatan-pendekatan yang diuraikan sebelumnya. Ia lebih merupakan suatu visi yang meliputi beberapa pendekatan lain, bahkan merupakan suatu visi yang meliputi beberapa pendekatan lain, bahkan beberapa bidang ilmu pengetahuan lain seperti sosiologi dan ekonomi. Mengapa disebut institusionalisme baru? Oleh karena itu, ia merupakan penyimpangan dari institusionalisme lama. Seperti telah diuraikan di atas, institusionalisme lama mengupas lembaga-lembaga kenegaraan (aparatur negara) seperti apa adanya secara statis. Berbeda dengan itu, institusionalisme baru melihat institusi negara sebagai hal yang dapat diperbaiki ke arah suatu tujuan tertentu, seperti misalnya membangun masyarakat yang lebih makmur.

1.5.2 Marketing Politik

Pengertian Marketing Politik

Marketing/Pemasaran menurut Kotler (2006) dimana dalam buku Arif Sugiono adalah proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.¹²

¹² Arif Sugiono, *Strategic Political Marketing*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013), hal. 71-74.

Sementara makna dari politik itu sendiri adalah proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam negara.

Marketing Politik menurut Firmanzah adalah suatu cabang atau ranting ilmu sosial interdisipliner.¹³ Paling tidak dua cabang ilmu sosial menyusun marketing politik, yaitu ilmu marketing dan ilmu politik. Tujuan utama marketing adalah agar produk dan jasa relatif dapat lebih unggul dan kompetitif dibandingkan dengan para pesaingnya.

Marketing politik idealnya merupakan sistem yang mengikat semua person, termasuk *elitee* politiknya.¹⁴ Namun, karena di negara berkembang seperti Indonesia masih relatif baru, marketing politik seolah-olah masih milik *elitee* politik tertentu. Seringkali mekanisme politiknya sangat ditentukan oleh aktivitas para *elitee* politik, termasuk pola dan model marketingnya. Di antara kecenderungan pilihan politik di negara berkembang itu adalah adanya kecenderungan pengkultusan terhadap tokoh tertentu. Karena itu, berhasil tidaknya marketing politik sangat ditentukan oleh tokoh tersebut. Masyarakat menengah ke bawah lebih cenderung menjadi objek daripada menjadi pelaku utama dalam proses marketing politik tersebut.

Menurut Lock dan Harris (1996) dalam buku Firmanzah terdapat beberapa karakteristik mendasar yang membedakan marketing politik dengan marketing dalam dunia bisnis.¹⁵ Perbedaan – perbedaan tersebut, adalah:

- a. Pada setiap pemilihan umum, semua pemilih memutuskan siapa yang mereka pilih pada hari yang sama. Hampir tidak ada perilaku

¹³ Firmanzah, Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012), hal. 129-131.

¹⁴ Roni Tabroni, Marketing Politik; Media dan Pencitraan di Era Multipartai, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 7-8.

¹⁵ Firmanzah, Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012), hal. 129-131.

pembelian produk dan jasa dalam dunia usaha seperti perilaku yang terjadi selama pemilihan umum.

- b. Meskipun beberapa pihak berargumen tentang adanya biaya individu dalam jangka panjang atau penyesalan (dalam bahasa ekonomi) sebagai akibat keputusan yang diambil ketika melaksanakan pencoblosan dalam pemilu, pada kenyataannya tidak ada harga langsung ataupun tidak langsung yang terkait dengan pencoblosan. Hal inilah yang paling membedakan konsep pembelian dalam politik dibandingkan dengan pembelian yang terdapat dalam dunia bisnis.
- c. Meskipun tidak ada harga spesifik yang terkait dengan pencoblosan yang dilakukan, pemilih harus hidup dengan pilihan kolektif, meskipun kandidat atau partai yang memenangkan pemilu bukan pilihan mereka. Hal ini membedakan pilihan publik dengan proses pembelian yang terjadi dalam pasar ekonomi. Dalam proses pembelian di pasar ekonomi, produk, dan jasa yang dikonsumsi adalah yang mereka beli. Pembeli dapat menolak konsumsi atas barang – barang yang tidak disukai. Sedangkan dalam politik, ketika partai atau kandidat mereka kalah, pihak yang kalah ini harus hidup dan menelan kenyataan atas berkuasanya kandidat serta partai yang memenangkan pemilu.
- d. Produk politik atau kandidat individu adalah produk tidak nyata yang sangat kompleks, tidak mungkin dianalisis secara keseluruhan. Sebagai konsekuensinya, kebanyakan pemilih menggunakan judgment terhadap keseluruhan konsep dan pesan yang diterima.
- e. Meskipun terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengubah arah dan platform partai politik, kemungkinan untuk meluncurkan brand politik yang baru sangatlah sulit. Soalnya, brand dan image politik pada umumnya sudah melekat dengan keberadaan partai tersebut.

- f. Pemenang pemilu akan mendominasi dan memonopoli proses pembuatan kebijakan publik. Pemenang pemilu akan mendapatkan hak dan legitimasi untuk melakukan semua hal yang mengatur keteraturan sosial dalam masyarakat.
- g. Dalam banyak kasus marketing di dunia bisnis, brand yang memimpin pasar cenderung untuk tetap menjadi leader dalam pasar. Sedangkan dalam politik, pihak yang berkuasa akan dapat dengan mudah jatuh menjadi partai yang tidak populer ketika mengeluarkan kebijakan publik yang tidak populer seperti menaikkan pajak dan menaikkan harga bahan bakar minyak. Reputasi politik dapat meroket dan dengan cepat jatuh tenggelam hingga ke dasar yang paling dalam.

Demi memenangkan pemilihan kepala desa di Desa Tegalarum Suryono dan Tim Suksesnya menggunakan strategi marketing politik. Sebelum menyusun strategi marketing politik yang akan digunakan untuk mengambil massa lebih banyak, Suryono dan Tim Suksesnya mengamati, mencari apa yang dibutuhkan di Desa Tegalarum dan apa potensi yang dimiliki Desa Tegalarum.

Marketing yang digunakan Suryono dan Tim Suksesnya adalah dengan cara memberikan fasilitas kepada masyarakat khususnya fasilitas olahraga yang banyak digunakan anak-anak muda Desa Tegalarum. Dan untuk masyarakat orang tua disini Suryono dan Tim Suksesnya memberikan sembako dan kebutuhan rumah tangga di setiap rumah masyarakat Desa Tegalarum. Di dalam kegiatan acara IPNU-IPPNU (Ikatan Putra-Putri Nahdhatul Ulama) Suryono dan Tim Suksesnya ikut berpartisipasi langsung dalam acara tersebut dan menjadi sponsor dalam acara itu seperti memberikan hadiah yang untuk diberikan kepada masyarakat Desa Tegalarum.

1.5.3 Komunikasi Politik

a. Pengertian Komunikasi Politik

Mueller (1973 : 73) yang dikutip oleh Sudarmansyah dkk (2013 : 29) dalam jurnal Rukmawati Sukarman,¹⁶ mendefinisikan bahwa komunikasi politik sebagai hasil yang bersifat politik apabila menekankan pada hasil. Sedangkan definisi komunikasi politik jika menekankan pada fungsi komunikasi politik dalam sistem politik, adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik, adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya.

Komunikasi politik di negara-negara sedang berkembang seperti Indonesia biasanya menggunakan dua sistem komunikasi dominan, yaitu media massa modern dan sistem komunikasi tradisional (Schramm 1964) sebagaimana dikutip dari buku Roni Tabroni.¹⁷ Untuk memengaruhi masyarakat, maka sangat perlu untuk memilih sarana komunikasi yang tepat, sesuai dengan keperluan dan kepada siapa pesan politik ingin disampaikan.

Untuk masyarakat perkotaan kelas menengah, komunikasi politik melalui media massa sangat efektif karena pola hidup mereka yang sibuk tidak memberi mereka peluang untuk melakukan komunikasi langsung dengan orang lain. Apalagi kalau mereka tidak punya kepentingan langsung dengan sang komunikator. Bagi mereka, media massa cetak dan elektronik merupakan sarana paling efektif untuk mengetahui dan menyampaikan umpan balik setiap pesan politik yang ada.

¹⁶ Rukmawati Sukarman, Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif, Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 2, 2014. hal. 187.

¹⁷ Roni Tabroni, Marketing Politik; Media dan Pencitraan di Era Multipartai, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 90-91.

Sementara untuk masyarakat pedesaan, apalagi masyarakat pedalaman yang secara literal tidak memiliki tradisi baca, pesan politik hanya bisa disampaikan oleh sistem komunikasi tradisional. Dalam konteks ini, seperti diungkap oleh Astrid Susanto (1978) dalam buku Roni Tabroni, bahwa komunikasi yang paling efektif adalah dengan menggunakan sistem komunikasi lokal yang sesuai dengan budaya mereka. Pendekatan-pendekatan interpersonal dengan tokoh-tokoh kampung yang menjadi pengatur lalu lintas opini menjadi kunci keberhasilan dalam sistem komunikasi tradisional ini.

b. Fungsi Komunikasi Politik

Komunikasi politik menurut Sastroatmodjo (2005 : 63) sebagaimana dikutip dari jurnal Rukmawati Sukarman, dijelaskan bahwa komunikasi politik memiliki lima fungsi dasar, yakni:¹⁸

1. Memberikan informasi kepada masyarakat apa yang terjadi di sekitarnya.
2. Mendidik masyarakat terhadap arti dan signifikansi fakta yang ada.
3. Menyediakan diri sebagai platform untuk menampung masalah-masalah politik sehingga bisa menjadi wacana dalam membentuk opini publik, dan mengembalikan hasil opini itu kepada masyarakat.
4. Membuat publikasi yang ditunjukkan kepada pemerintah dan lembaga-lembaga politik.
5. Dalam masyarakat yang demokratis, maka media politik berfungsi sebagai saluran advokasi yang bisa membantu agar kebijakan dan program-program lembaga politik dapat disalurkan kepada media massa.

Dalam mengambil massa lebih banyak disini Suryono dan Tim Suksesnya memperkenalkan diri dan memberikan pengertian tentang visi dan misi apa yang akan diusung Suryono dalam pemilihan kepala

¹⁸ Rukmawati Sukarman, Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif, Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 2, 2014. hal. 187.

desa. Untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat Desa Tegalarum, Suryono dan Tim Suksesnya mengadakan makan-makan di Desa Tegalarum dengan tujuan untuk mengumpulkan masyarakat Desa Tegalarum sekaligus untuk memperkenalkan diri dan menyampaikan visi dan misinya yang akan diusung dalam pemilihan kepala desa untuk Desa Tegalarum.

Dan untuk massa mengambang Suryono dan Tim Suksesnya mendatangi dan bertamu ke rumah masyarakat Desa Tegalarum satu persatu untuk memperkenalkan diri dan memberikan pengertian tentang misi dan visi yang diusung dalam pemilihan kepala desa di Desa Tegalarum.

Untuk mendapatkan dukungan lebih banyak Suryono dan Tim Suksesnya juga mendatangi tokoh-tokoh Desa Tegalarum yang dianggap masyarakat sebagai orang yang disegani dan dihormati di Desa Tegalarum. Disini Suryono dan Tim Suksesnya juga selalu mengikuti kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan di Desa Tegalarum untuk memperkenalkan diri sekaligus mendekatkan diri dengan masyarakat Desa Tegalarum.

1.5.4 Pemilihan Kepala Desa (Pilkades)

Kepala desa adalah pejabat pemerintah desa yang mempunyai wewenang, tugas dan kewajiban untuk menyelenggarakan rumah tangga desanya dan melaksanakan tugas dari pemerintah dan pemerintah daerah.¹⁹ Sesuai Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2014 tentang Pemilihan Kepala Desa dimana dalam Peraturan Menteri dijelaskan bahwa:

1. Desa adalah desa atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan

¹⁹ Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Kepala Desa.

pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

2. Pemerintah Desa adalah Kepala Desa atau yang disebut dengan nama lain dibantu perangkat Desa sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Desa.
3. Badan Permusyawaratan Desa yang selanjutnya disingkat BPD atau yang disebut dengan nama lain adalah lembaga yang melaksanakan fungsi pemerintahan yang anggotanya merupakan wakil dari penduduk Desa berdasarkan keterwakilan wilayah dan ditetapkan secara demokratis.
4. Musyawarah Desa adalah musyawarah yang diselenggarakan oleh BPD khusus untuk pemilihan Kepala Desa antar waktu.
5. Pemilihan kepala desa adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di desa dalam rangka memilih kepala desa yang bersifat langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil.
6. Kepala Desa adalah pejabat Pemerintahan Desa yang mempunyai wewenang, tugas dan kewajiban untuk menyelenggarakan rumah tangga Desanya dan melaksanakan tugas dari Pemerintahan dan Pemerintah Daerah.
7. Panitia pemilihan Kepala Desa tingkat desa yang selanjutnya disebut Panitia Pemilihan adalah Panitia yang dibentuk oleh BPD untuk menyelenggarakan proses Pemilihan Kepala Desa.
8. Panitia pemilihan Kepala Desa tingkat kabupaten/ kota yang selanjutnya disebut Panitia Pemilihan Kabupaten/ Kota adalah panitia yang dibentuk Bupati/ Walikota pada tingkat Kabupaten/ Kota dalam mendukung pelaksanaan pemilihan Kepala Desa.
9. Calon Kepala Desa adalah bakal calon Kepala Desa yang telah ditetapkan oleh panitia pemilihan sebagai calon yang berhak dipilih menjadi Kepala Desa.

10. Calon Kepala Desa Terpilih adalah calon Kepala Desa yang memperoleh suara terbanyak dalam pelaksanaan pemilihan Kepala Desa.
11. Pejabat Kepala Desa adalah seorang pejabat yang diangkat oleh pejabat yang berwenang untuk melaksanakan tugas, hak dan wewenang serta kewajiban Kepala Desa dalam kurun waktu tertentu.
12. Panitia pemilihan Kepala Desa di desa adalah panitia yang dibentuk BPD untuk melaksanakan pemilihan Kepala Desa.
13. Pemilih adalah penduduk desa yang bersangkutan dan telah memenuhi persyaratan untuk menggunakan hak pilih dalam pemilihan Kepala Desa.
14. Daftar Pemilih Sementara yang selanjutnya disebut DPS adalah daftar pemilih yang disusun berdasarkan data Daftar Pemilih Tetap Pemilihan Umum terakhir yang telah diperbaharui dan dicek kembali atas kebenarannya serta ditambah dengan pemilih baru.
15. Daftar Pemilih Tambahan adalah daftar pemilih yang disusun berdasarkan usulan dari pemilih karena yang bersangkutan belum terdaftar dalam Daftar Pemilih Sementara.
16. Daftar Pemilih Tetap yang selanjutnya disebut DPT adalah daftar pemilih yang telah ditetapkan oleh Panitia Pemilihan sebagai dasar penentuan identitas pemilih dan jumlah pemilih dalam pemilihan Kepala Desa.
17. Kampanye adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh Calon Kepala Desa untuk meyakinkan para pemilih dalam rangka mendapatkan dukungan.
18. Tempat Pemungutan Suara, selanjutnya disingkat TPS, adalah tempat dilaksanakannya pemungutan suara.

Persyaratan untuk dapat menjadi bakal calon kepala desa yang kelak akan mengikuti persaingan menjadi seorang kepala desa terpilih menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2014 adalah sebagai berikut:²⁰

1. Warga negara Republik Indonesia;
 2. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa;
 3. Memegang teguh dan mengamalkan Pancasila, melaksanakan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, serta mempertahankan dan memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia dan Bhinneka Tunggal Ika;
 4. Berpendidikan paling rendah tamat Sekolah Menengah Pertama atau sederajat;
 5. Berusia paling rendah 25 (dua puluh lima) tahun pada saat mendaftar;
 6. Bersedia dicalonkan menjadi kepala desa;
 7. Terdaftar sebagai penduduk dan bertempat tinggal di desa setempat paling kurang 1 (satu) tahun sebelum pendaftaran;
 8. Tidak sedang menjalani hukuman pidana penjara;
 9. Tidak pernah dijatuhi pidana penjara berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap karena melakukan tindak pidana yang diancam dengan pidana penjara paling singkat 5 (lima) tahun atau lebih, kecuali 5 (lima) tahun setelah selesai menjalani pidana penjara dan mengumumkan secara jujur dan terbuka kepada publik bahwa yang bersangkutan pernah dipidana serta bukan sebagai pelaku kejahatan berulang-ulang;
 10. Tidak sedang dicabut hak pilihnya sesuai dengan keputusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap;
 11. Berbadan sehat;
 12. Tidak pernah sebagai Kepala Desa selama 3 (tiga) kali masa jabatan;
- dan

²⁰ Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Kepala Desa.

13. Syarat lain diatur dalam Peraturan Daerah.

Setelah panitia melakukan penjaringan terhadap bakal calon dengan berbagai persyaratan di atas, maka untuk menentukan siapa sajakah dari bakal calon yang nantinya berhak menjadi calon kepala desa dilaksanakanlah ujian yang terdiri dari pemeriksaan administrasi dan ujian penyaringan untuk mengetahui tingkat pengetahuan. Sedangkan materi dari ujian tersebut adalah meliputi Pancasila dan UUD 1945, pengetahuan umum dan juga pengetahuan tentang pemerintahan umum dan pemerintahan desa.

Dari hasil ujian tersebut di atas, maka panitia berhak mengusulkan siapa saja yang berhak menjadi calon kepala desa. setelah itu maka ditetapkanlah nomor urut dari pencalonan kepala desa yang juga dilanjutkan dengan penyampaian visi dan misi serta kampanye.

Dengan uraian dari kegiatan diatas maka setelah melalui masa kampanye sampailah pada waktu pemilihan kepala desa secara langsung oleh warga masyarakat desa dimana pemilihan kepala desa ini menggunakan asas LUBER yaitu:

a. Langsung

Asas ini mempunyai arti bahwa pemilih mempunyai hak suara untuk memberikan suaranya menurut hati nurani tanpa melalui perantara atau diwakilkan.

b. Umum

Dalam asas ini mengandung arti bahwa semua pemilih adalah penduduk desa yang telah berumur 17 (tujuh belas) tahun atau sudah pernah melaksanakan perkawinan, dan telah memenuhi syarat yang sudah ditentukan/diatur oleh undang-undang.

c. Bebas

Asas ini berarti pemilih dijamin keamanannya tanpa pengaruh tekanan dan paksaan dari siapapun dan dengan apapun.

d. Rahasia

Dalam asas ini mengandung arti bahwa pemilih dalam memberikan suaranya didalam bilik suara dijamin kerahasiannya tidak akan diketahui oleh siapapun dan dengan cara apapun.

Penggunaan asas LUBER ini juga diikuti dengan asas lain yang dikenal dengan asas JURDIL, yang berarti asas jujur dan adil. Dengan adanya beberapa asas ini diharapkan akan terciptanya demokrasi dalam pemilihan kepala desa sehingga keinginan untuk menciptakan pemerintahan desa yang baik akan dapat tercapai.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif atau penelitian naturalistik adalah penelitian yang bersifat atau memiliki karakteristik, bahwa datanya dinyatakan dalam keadaan sewajarnya atau sebagaimana adanya dengan tidak berubah dalam simbol-simbol atau bilangan. Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan atau proses menjangkau data atau informasi yang bersifat sewajarnya, mengenai suatu masalah dalam kondisi aspek, atau bidang pada objeknya.

Penelitian kualitatif ini digunakan untuk mendeskripsikan dan memahami fenomena secara cermat yang terjadi di masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan suatu jenis penelitian yang berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran suatu gejala sosial atau keadaan subyek atau obyek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya deskriptif merupakan suatu jenis penelitian yang berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran suatu gejala sosial atau keadaan subyek atau obyek penelitian.

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case studi*), yakni pendekatan penelitian yang penelaahannya diarahkan kepada suatu kasus secara intensif mendalam dan mendetail serta komprehensif. Pendekatan studi kasus digunakan karena merupakan pendekatan yang paling sesuai untuk mengkaji fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini fenomena yang dikaji adalah pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa di Desa Tegalarum Kecamatan Jaken Kabupaten Pati masa jabatan periode 2015 – 2021.

1.6.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berkaitan dengan tempat atau wilayah dimana penelitian akan dilaksanakan. Sesuai dengan judul penelitian, maka peneliti mengambil lokasi penelitian di Desa Tegalarum Kecamatan Jaken Kabupaten Pati.

1.6.3 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti sendiri.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain, dimana data hasil penelitian didapatkan melalui dua sumber data, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli (langsung dari informan). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara secara mendalam mengenai Kepala Desa Tegalarum Kecamatan Jaken Kabupaten Pati.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikutip dari sumber lain sehingga tidak bersifat otentik, karena diperoleh dari tangan kedua, ketiga, dan seterusnya. Adapun yang dijadikan data sekunder dalam penelitian ini adalah arsip-arsip, buku-buku, dokumen-dokumen, surat kabar atau majalah, dan lain-lain yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian ini.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah:

- a. Wawancara mendalam (*indepth interview*) yang diharapkan mampu menjelaskan pendapat, keyakinan, serta sikap para informan terhadap kondisi atau keadaan yang dialami. Informan terkait dalam penelitian ini adalah Kepala Desa Tegalarum Kecamatan Jaken Kabupaten Pati.
- b. Observasi sebagai upaya untuk menunjang pemahaman penelitian mengenai kondisi lapangan serta mengungkapkan keadaan atau kejadian – kejadian yang dijelaskan atau terletak dari hasil wawancara dengan informan.
- c. Dokumentasi untuk pengumpulan data dengan cara mencari informasi dari catatan atau dokumen yang dianggap relevan dengan penelitian ini. Data – data tersebut yaitu hasil rekapitulasi suara.

1.6.6 Teknik Pengolahan Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif, dengan memasukkan data dari informan/wawancara yang kemudian dianalisis dan ditarik sebuah kesimpulan dengan prosedur, sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian ini merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada atau yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.