

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap desa memiliki hak asal usul dan hak tradisional dalam mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat dan berperan mewujudkan cita-cita kemerdekaan berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Dalam perjalanan ketatanegaraan Republik Indonesia, desa telah berkembang dalam berbagai bentuk sehingga perlu dilindungi dan diberdayakan agar menjadi kuat, maju, mandiri, dan demokratis sehingga dapat menciptakan landasan yang kuat dalam melaksanakan pemerintahan dan pembangunan menuju masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera.

Menurut Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa menyebutkan: Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan 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.

Desa merupakan unit pemerintahan terendah dibawah kecamatan, dan juga merupakan kesatuan wilayah, kesatuan adat, dan sekaligus kesatuan administrasi pemerintahan.¹ Desa mempunyai kewenangan di bidang

¹ Tengku Rika Valentina, *Dinamika Politik Lokal di Minangkabau: Nagari dalam Negara dan Model Demokrasinya*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada. 2018). hlm.116.

penyelenggaraan pemerintahan desa, pelaksanaan pembangunan desa, pembinaan kemasyarakatan desa, dan pemberdayaan masyarakat.

Pemerintah desa merupakan struktur pemerintahan yang berada paling bawah dalam sistem pemerintahan nasional mempunyai kedekatan dengan masyarakat dari berbagai lapisan, golongan, kepentingan dan berbagai persoalan dalam masyarakat. Dalam penyelenggaraan pemerintahan desa memerlukan seorang Kepala Desa sebagai pemimpin di desa.

Tugas Kepala Desa mewakili desa secara internal maupun eksternal, dan bertanggung jawab pada parlemen desa yang mendiskusikan dan memberlakukan peraturan-peraturan desa, serta anggaran desa, dan mengontrol setiap implementasi.² Titik awal berhasilnya roda pemerintahan dan pembangunan desa juga dimulai dari Pemilihan Kepala Desa. Pemilihan Kepala Desa merupakan wujud demokrasi di desa. Demokrasi secara umum berarti pemerintahan dari, oleh, dan untuk rakyat.³ Selain merupakan prosedur dan mekanisme pendelegasian kedaulatan rakyat kepada penyelenggara negara, juga merupakan prosedur dan mekanisme perubahan politik secara tertib, baik perubahan sirkulasi elit maupun arah dan pola kebijakan politik. Penduduk desa yang telah memenuhi persyaratan diberikan kewenangan untuk memilih Kepala Desa sesuai dengan keinginan penduduk desa itu sendiri.

² Bernard Hidayat dkk, *Politik Lokal di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014). hlm. 554.

³ Jimly Asshiddiqie, *Hukum Tata Negara dan Pilar-Pilar Demokrasi*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016). hlm 293.

Kepala Desa dapat dipilih dalam tiga periode. Periode pertama dengan masa jabatan selama enam tahun, dan dapat dipilih kembali pada periode kedua dengan masa jabatan yang sama, kemudian dapat dipilih kembali pada periode ketiga. Hal ini mengacu pada Pasal 39 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa yang menjelaskan bahwa Kepala Desa memegang jabatan selama enam tahun terhitung sejak tanggal pelantikan dan dapat menjabat paling banyak tiga kali pada masa jabatan secara berturut-turut atau tidak secara berturut-turut. Kegiatan Pemilihan Kepala Desa merupakan kegiatan politik yang menunjukkan bagaimana proses demokrasi terjadi di desa.

Secara umum pengertian Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) adalah melaksanakan kedaulatan penduduk desa dan memilih wakil-wakil desa secara langsung, terbuka, bebas rahasia, jujur, dan adil. Dengan pemilihan langsung masyarakat dapat menentukan arah jalannya pemerintahan dan memilih pemimpin desa yang dikehendaknya. Meskipun kelak dalam pemerintahannya masyarakat tidak ikut serta atau terjun langsung dalam pengambilan keputusan-keputusan dalam pemerintahan sehari-hari, namun masyarakat dapat mengontrol langsung jalannya pemerintahan itu. Pemilihan kepala desa tersebut secara tidak langsung memberikan edukasi pada masyarakat desa tentang dunia perpolitikan.

Pemilihan Kepala Desa dilakukan secara serentak diseluruh wilayah Kabupaten/ Kota untuk menghindari hal negatif dalam pelaksanaanya, Pemilihan Kepala Desa secara serentak mempertimbangkan jumlah Desa dan

kemampuan biaya pemilihan yang dibebankan pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kabupaten/Kota sehingga dimungkinkan pelaksanaannya secara bergelombang sepanjang diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten/Kota. Sebagai akibat dilaksanakan kebijakan Pemilihan Kepala Desa secara serentak, dalam Undang-Undang diatur mengenai pengisian jabatan Kepala Desa yang berhenti dan diberhentikan sebelum habis masa jabatan.⁴

Unsur panitia penyelenggara pemilihan kepala desa telah diatur pada Pasal 32 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa meliputi perangkat desa, lembaga kemasyarakatan, dan tokoh masyarakat yang dibentuk oleh Badan Permusyawaratan Desa (BPD) yang bersifat mandiri dan independen.

Pemilihan Kepala Desa dilakukan melalui tahapan penjaringan dan penyaringan bakal calon, penetapan calon, kampanye, pemungutan suara, dan penetapan calon terpilih. Kandidat yang memperoleh suara terbanyak dalam pilkades ditetapkan sebagai Kepala Desa. Pemilihan Kepala Desa dalam kesatuan masyarakat hukum adat beserta hak tradisionalnya sepanjang masih hidup dan yang diakui keberadaannya berlaku ketentuan hukum adat setempat yang ditetapkan dalam Peraturan Daerah dengan berpedoman pada Peraturan Pemerintah.

Pemilihan Kepala Desa merupakan wadah untuk menyalurkan hak pilih dan kebebasan menentukan pilihan sesuai dengan hati nurani rakyat, maka

⁴ Ni'matul Huda. *Hukum Pemerintahan Desa, Dalam Konstitusi Indonesisejak Kemerdekaan Hingga Era Reformasi*. (Malang: Setara Press. 2015) hlm. 222-223.

dari itu setiap calon harus berusaha mendapatkan dukungan masyarakat dengan menggunakan pendekatan atau strategi. Strategi yang baik merupakan strategi yang tersusun atas dasar perencanaan-perencanaan yang matang dengan pelaksanaan secara efektif dan efisien.

Dalam setiap Pemilihan Kepala Desa, tahap terpenting bagi kandidat calon Kepala Desa adalah masa kampanye. Pada masa kampanye setiap kandidat berusaha untuk mempengaruhi masyarakat sebagai pemilih untuk mendukung mereka dan memberikan hak suara pada saat pelaksanaan pilkades.

Kampanye politik selalu dekat dengan pesan-pesan politik, ajakan untuk memilih partai atau sosok tertentu menjadi pesan paling dominan dalam proses politik.⁵ Dalam mendukung usaha kandidat untuk mendapatkan suara dari masyarakat, setiap kandidat perlu melakukan pendekatan atau strategi yang jitu untuk memenangkan kontestasi dalam pilkades. Penentuan strategi terdapat dua hal yang tidak boleh terlewatkan sebelum membangun sebuah strategi, yakni relativitas dan nilai pribadi yang dimiliki oleh masing-masing kandidat, kedua aspek ini merupakan tolak ukur untuk menentukan berhasil atau tidaknya strategi yang digunakan oleh masing-masing pihak dalam meraih suara pada saat pemilihan berlangsung.⁶

Kabupaten Merangin sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Jambi telah memulai langkah demokrasi dari dasar yakni melakukan Pemilihan

⁵ Firmanzah. *Persaingan, Legitimasi, Kekuasaan dan Marketing Politik* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2010) hlm. 217.

⁶ Hafied Cangara. *Komunikasi Politik : Konsep, Teori dan Strategi* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada. 2008). hlm. 290.

Umum Kepala Desa secara serentak pada 14 Mei 2022. Margo Tabir merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Merangin yang telah melaksanakan Pemilihan Kepala Desa. Kecamatan Margo Tabir terdapat enam desa yaitu Sumber Agung, Suko Rejo, Sido Rukun, Tanjung Rejo, Tegal Rejo, dan Lubuk Bumbun. Berdasarkan Pemilihan Kepala Desa yang telah berlangsung. Berikut daftar desa yang memenangkan kandidat petahana:

Tabel 1.1
Daftar nama kades menang dua periode pada Pemilihan Kepala Desa di Kecamatan Margo Tabir tahun 2022

No	Nama Kades	Desa	Periode
1.	Amrun	Lubuk Bumbun	2016 dan 2022
2.	Priyanto	Sumber Agung	2016 dan 2022
3.	Muhajir	Sido Rukun	2018 dan 2022

Sumber: BPS Kabupaten Merangin

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dalam kesempatan ini penulis hanya meneliti di Desa Sido Rukun. Berikut daftar perkembangan kepemimpinan di Desa Sido Rukun:

Tabel 1.2
Perkembangan Kepemimpinan di Desa Sido Rukun

No	Nama	Lama Menjabat
1.	Mad Yaqub	1939 - 1948
2.	Musri	1948 – 1958
3.	Mujiat	1958 – 1968
4.	Sukarno	1968 – 1987

5.	Pahmi	1988 – 1989
6.	Marjani	1989 – 1998
7.	Ngapin	1999 – 2008
8.	Sukandar	2008 – 2017
9.	Muhajir	2018–2022-Sekarang

Sumber: RPJM Desa Sido Rukun tahun 2022-2028

Berdasarkan tabel 1.2, peneliti menyoroti kemunculan kandidat yang kembali memenangkan pilkades untuk kedua kalinya. Berikut data jumlah perolehan suara pada pilkades Sido Rukun tahun 2022:

Tabel 1.3
Rekapitulasi Hasil Perolehan Suara Pada Pilkades Sido Rukun Tahun 2022

No	Nama Kandidat	Perolehan Suara			Total Perolehan Suara
		TPS 1	TPS 2	TPS 3	
1.	Muhajir	148	88	181	417
2.	Sugianto	83	182	91	356
3.	Ponidi	30	12	19	61
Total		261	282	291	834

Sumber: Arsip data Desa Sido Rukun tahun 2022

Sesuai hasil perolehan suara pada tabel 1.3, menunjukkan bahwa petahana Muhajir menang mutlak dari kandidat yang lain dan terpilih kembali sebagai Kepala Desa Sido Rukun periode 2022-2028. Muhajir berhasil mengalahkan dua kandidat dengan selisih perolehan suara yang lebih unggul dari para pesaingnya.

Menurut Firmanzah salah satu model pendekatan yang relatif baru dalam menjawab fenomena sistem pemilihan langsung (Pileg, Pilpres dan Pilkadaes) adalah pendekatan *Political Marketing*.⁷ Dengan menerapkan *political marketing*, maka kampanye yang dilakukan oleh kandidat akan lebih berbobot dengan mempromosikan apasaja ide, gagasan dan program kerja yang telah dirancang. Program kerja merupakan perwujudan nyata dari usaha penyelesaian permasalahan yang ada ditengah masyarakat. Sehingga masyarakat sebagai pemilih dapat melihat bagaimana kapasitas sesungguhnya yang dimiliki oleh kandidat. Selain itu program kerja perlu dikomunikasikan dan mendapat umpan balik dari masyarakat, sehingga terbentuk hubungan yang rasional. Tujuan dari metode *marketing* yaitu membantu kandidat melakukan pendekatan yang efektif untuk bisa membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat sebagai pemilih.

Fenomena kemenangan petahana pada pilkades Sido Rukun tahun 2022 ini bisa dimaknai sebagai kejutuan dari sebuah strategi yang digunakan. *Marketing* politik dari petahana Muhajir mempunyai peran yang besar sehingga dapat menarik dukungan dari masyarakat. Proses politik dalam pilkades Sido Rukun untuk konteks kekinian bisa disebut sebagai proses politik yang maju sebab proses tersebut telah menggunakan strategi yang maju seperti penggunaan *political marketing* dan penggunaan tim sukses. Ilmu *marketing* tentunya menjadi salah satu cabang ilmu yang sangat baik dan tepat untuk diterapkan dalam proses dipilihnya seorang kandidat di Tempat Pemungutan Suara (TPS). *Marketing* politik mencakup upaya yang ditujukan untuk integrasi dalam bauran pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P yaitu: Produk (*Product*), Promosi (*Promotion*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*).

⁷ Firmanzah, *Marketing Politik (Antara Pemahaman dan Realitas)*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012). hlm. 63.

Secara umum strategi merupakan upaya individu atau kelompok untuk memanfaatkan, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki guna mencapai tujuan jangka panjang.⁸ Sedangkan menurut Firmanzah strategi diartikan sebagai rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran.⁹ Pilihan strategi yang ditempuh bisa menjadi pembelajaran berarti bagi masyarakat Desa Sido Rukun terutama para calon kades untuk dapat memahami dinamika dalam proses politik, artinya bagi para calon dalam Pemilihan Kepala Desa tidak cukup hanya memiliki uang dan keluarga yang banyak serta mempunyai rekan yang banyak, melainkan dibutuhkan kemampuan mendesain strategi dan penempatan tim yang tangguh sebagai penggerak. Hal inilah mestinya yang perlu dimiliki dan diupayakan, apabila ingin menjadi pemenang dalam proses politik.

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian oleh Rezky Noviade Putri yang berjudul “Strategi *Marketing* Politik Kepala desa Terpilih Marzal Umar Dalam Pemilihan Langsung Kepala desa di Nagari Padang Ganting”.¹⁰ Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Kajian strategi politik dalam penelitian ini ada dua yaitu: strategi *marketing* politik oleh Firmanzah dan *marketing* politik oleh Hafied Cangara. Penelitian ini menjelaskan bahwa

⁸https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-strategi/ArisKurniawan.Pengertian_Strategi-Tingkat,_Jenis,_Bisnis,_Integrasi,_Umum,_Para_Ahli. Diakses pada 23 Desember 2022

⁹ Tengku Imam Syarifuddin, dkk.. *Strategi Pemenangan Kepala Desa Terpilih Pada Pemilihan Kepala Desa Santan Tengah Kecamatan Marang Kayu Kabupaten Kutai Kartanegara Thun 2016* (Jurnal Pemerintahan Integratif. Universitas Mulawarman, 2019) hlm. 54.

¹⁰ Rezky Noviade Putri. *Strategi Marketing Politik Kepala desa Terpilih Marzal Umar Dalam Pemilihan Langsung Kepala desa di Nagari Padang Ganting*. (SKRIPSI Ilmu Politik. UNJA 2020)

strategi yang digunakan Kepala Desa terpilih menggunakan metode dukungan dan keterwakilan suara masyarakat, hubungan kekerabatan, dan survey lapangan.

Terdapat kesamaan penelitian yang dilakukan oleh Rezky dengan penelitian peneliti yaitu membahas *marketing* politik pada pemenangan Pemilihan Kepala Desa. Perbedaannya adalah jika penelitian tersebut membahas tentang kemenangan dari kandidat yang belum pernah mencalonkan diri pada pilkades sebelumnya, sedangkan penelitian ini membahas kemenangan oleh kandidat petahana.

Kedua, penelitian oleh Ratna Sulistiowati yang berjudul “Strategi Pemenangan Kandidat Kepala Desa (Studi Kasus Kemenangan Polisi Dalam Pemilihan Kepala Desa 2015 di Desa Kebasen Kecamatan Kebasen Kabupaten Banyumas”.¹¹ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ratna menyebutkan bahwa strategi yang dijalankan dengan melakukan endongsistem, melalui pendekatan-pendekatan kepada warga kemudian menawarkan program-program dan visi-misinya pada warga tersebut. Kemudian strategi lainnya seperti memberikan bantuan ke warga dengan berupa materil atau jasa, hal tersebut dilakukan beberapa bulan sebelumnya sebelum pemilihan dilangsungkan, sehingga pada waktu pemilihan, masyarakat akan menjatuhkan hak pilihnya pada kandidat yang seroang polisi tersebut. Kemudian tim sukses melakukan kegiatan jemput bola yaitu

¹¹ Ratna Sulistiowati. *Strategi Pemenangan Kandidat Kepala Desa (Studi Kasus Kemenangan Polisi Dalam Pemilihan Kepala Desa 2015 Di Desa Kebasen Kecamatan Kebasen Kabupaten Banyumas)*. (Jurnal FISIP. Universitas Negeri Semarang, 2018)

menjemput warga yang rumahnya berada jauh dari tempat pemilihan demi terhindarnya sesuatu yang tidak diinginkan yang dilakukan oleh para pemain judi.

Terdapat kesamaan penelitian yang dilakukan oleh Ratna Sulistowati dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi politik pada Pemilihan Kepala Desa. Sedangkan perbedaannya adalah jika penelitian tersebut berfokus pada strategi kemenangan kandidat yang masih aktif sebagai polisi sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi kemenangan kandidat petahana.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Strategi Marketing Politik Petahana Pada Pemilihan Kepala Desa Sido Rukun Kecamatan Margo Tabir Kabupaten Merangin Tahun 2022”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka penelitian ini menarik rumusan masalah yakni:

- a. Bagaimana strategi *marketing* politik petahana dalam pemenangan Pemilihan Kepala Sido Rukun tahun 2022?
- b. Apa keunggulan dan kelemahan petahana dalam Pemilihan Kepala Desa Sido Rukun tahun 2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah sebagaimana disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi petahana dalam memenangkan Pemilihan Kepala Desa Sido Rukun tahun 2022.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis keunggulan dan kelemahan petahana dalam Pemilihan Kepala Desa Sido Rukun tahun 2022

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, maka manfaat penelitian ini sebagai berikut

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang cukup bagi perkembangan ilmu pengetahuan di Indonesia dan ikut membantu memperkaya wawasan keilmuan dalam bidang politik. Utamanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi khususnya tentang *marketing* politik.
- b. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan penelitian lebih lanjut mengenai strategi *marketing* politik pada Pemilihan Kepala Desa.

1.5 Landasan Teori

1.5.1 Teori *Marketing* Politik

Penggunaan *marketing* dalam dunia politik dikenal sebagai *political marketing*.¹² *Political Marketing* pada kegiatan Pemilu memiliki nilai yang urgen dikarenakan begitu penting dari kegiatan membujuk dalam aktivitas strategi politik. *Marketing* yang diadaptasi ke dalam dunia politik, dapat memberikan inspirasi tentang cara seorang kandidat dalam membuat produk berupa isu dan program kerja berdasarkan permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat. Menurut Nursal menyebutkan bahwa:

Political marketing atau pemasaran politik ialah serangkaian aktivitas terencana, taktis, berdimensi jangka panjang dalam menyebarkan makna politik kepada para pemilih. Tujuannya untuk membentuk dan menanamkan harapan, sikap, keyakinan, dan orientasi perilaku pemilih, agar menjatuhkan pilihannya pada kandidat atau partai tertentu secara konsisten.¹³

Konsep *marketing* politik mencoba untuk melakukan perubahan-perubahan didalam dunia politik dengan tujuan agar dapat mengembalikan dunia politik kepada tujuan semula yaitu menyerap dan mengapresiasi pendapat masyarakat. Perubahan-perubahan tersebut diantaranya:

- a. Menjadikan pemilih sebagai subjek, bukan objek dari para kandidat. Menjadi subjek berarti bebas menentukan pilihan sendiri tanpa adanya tekanan dari apapun dan manapun. Subjek menentukan mana yang terbaik bagi dirinya sendiri dan bukannya ditentukan oleh orang lain.

¹² Firmanzah *Op.Cit.* hlm. 128

¹³ Nursal, Adman, *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilihan Umum*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004) hlm. 47.

Sedangkan menjadi objek berarti tidak dapat menentukan pilihan mereka sendiri.

- b. Menjadikan permasalahan yang dihadapi pemilih sebagai langkah awal dalam menyusun program kerja yang ditawarkan sebagai pemecahan masalah.
- c. *Marketing* politik tidak menjamin sebuah kemenangan, tetapi menyediakan tools untuk menjaga hubungan dengan pemilih sehingga akan terbangun kepercayaan, selanjutnya akan diperoleh dukungan suara mereka.¹⁴

Berdasarkan penjelasan di atas maka diketahui bahwa *marketing* politik bukan dimaksudkan untuk 'menjual' kontestan pada publik, melainkan sebagai teknik untuk memelihara hubungan dengan publik agar tercipta hubungan dua arah yang langgeng. Sehingga *marketing* politik merupakan hal penting dalam kegiatan untuk memengaruhi perilaku partisipasi publik.

1.5.2 Proses *Marketing* Politik

Proses penerapan *marketing* dalam dunia politik juga mengadopsi program 4P yang telah lama dikenal dalam dunia bisnis. Penerapan program 4P bertujuan untuk membantu kandidat mulai dari menganalisis dinamika masyarakat, memformulasikan program kerja, hingga penerapan strategi pada kelompok-kelompok masyarakat.

¹⁴ Firmanzah *Op.Cit.* hlm. 156

Menurut Firmanzah dalam kegiatan *political marketing*, dilakukan dengan kegiatan 4P bauran *marketing*, yang dijelaskan pada uraian dibawah ini:¹⁵

- a. Produk (*Product*), pada pemasaran politik produk dibagi dalam tiga kategori yaitu: Pertama adalah rencana kerja yakni pembentukan visi misi dan program kerja yang ditawarkan untuk masyarakat. Kemudian *past record* atau catatan masa lalu yang memiliki kontribusi sebagai pembentukan produk politik. Ketiga *personal characteristic* yaitu karakteristik kandidat atau ciri pribadi, berguna untuk memberikan citra dalam produk politiknya kepada masyarakat.
- b. Promosi (*Promotion*), promosi dalam pemasaran politik merupakan cara untuk mempromosikan kandidat dengan membawa produk politiknya kepada masyarakat. Bagi kandidat Kepala Desa, promosi yang biasa dilakukan seperti menggunakan kedekatan hubungan mereka dengan warga-warga tertentu yang dijadikan sebagai tim sukses untuk mempromosikan diri mereka. Aktivitas promosi harus dilakukan terus-menerus tidak hanya terbatas pada periode kampanye saja
- c. Harga (*Price*), dalam pemasaran politik harga mencakup beberapa hal seperti ekonomi, psikologis, dan citra nasional. Harga ekonomi mencakup semua biaya yang dikeluarkan kandidat selama periode kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis

¹⁵ *Ibid.* hlm. 203.

misalnya, pemilih merasa nyaman, dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain. Sedangkan harga citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra positif dan dapat menjadi kebanggaan negara.

- d. Penempatan (*Place*), berkaitan erat dengan bagaimana kandidat memaksimalkan pemilih dengan efektif. Kampanye politik kandidat harus mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Kandidat harus mampu mengelompokkan, memetakan dan menganalisa struktur serta karakteristik masyarakat. Pemetaan perlu didasarkan pada keberpihakan pemilih, seperti seberapa banyak pendukung dari kandidat lain, berapa pemilih mengambang, dan terakhir berapa presentase golput.

Penggunaan 4P *marketing* dalam dunia politik menyebabkan *marketing* politik tidak hanya membahas permasalahan iklan, tetapi justru lebih komprehensif. Inti dari *marketing* politik adalah mengemas pencitraan, publik figur dan kepribadian (*personality*) seorang kandidat yang berkompetisi dalam konteks pemilihan umum kepada masyarakat luas yang akan memilihnya.

1.5.3 Segmentasi dan *Positioning* Politik

Segmentasi dimaknai sebagai kelompok. Segmentasi merupakan suatu proses mengkotak-kotakan pasar yang heterogen menjadi kelompok

yang memiliki kesamaan karakteristik.¹⁶ Masing-masing pemilih mempunyai karakteristik yang berbeda-beda antara satu dengan lainnya. Perbedaan persepsi ini akan menimbulkan solusi yang berbeda-beda dan juga pemecahan yang akan ditawarkan.

Segmentasi menggunakan empat variabel, yakni segmentasi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Segmentasi dapat dilakukan dengan banyak pendekatan. Teknik segmentasi yang disampaikan oleh Adman Nursal dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1.4
Metode Segmentasi Pemilih

Dasar Segmentasi	Penjelasan
Geografis	Pemilihan para pemilih berdasarkan wilayah tempat tinggal.
Demografis	Pemilihan para pemilih berdasarkan tingkat sosial ekonomi, gender, usia dan tingkat pendidikan
Psikografis	Pemilihan para pemilih berdasarkan gaya hidup, kecenderungan pilihan, keinginan, sistem nilai, hingga masalah-masalah yang sifatnya pribadi.
Perilaku	Pemilihan para pemilih berdasarkan proses pengambilan keputusan, keterlibatan, dan perhatian terhadap permasalahan politik.

Sumber: Adman Nursal (2004)

Positioning politik dalam *marketing* politik adalah tindakan yang dilakukan kandidat untuk membuat citra produk dan hal-hal yang di

¹⁶ *Ibid* hlm. 181

tawarkan kepada masyarakat berhasil memperoleh posisi yang dicapai. Secara umum *positioning* (penentuan posisi), yaitu tindakan merancang pemasaran dan citra kandidat dalam menempati posisi kompetitif

Calon kandidat harus mampu menyampaikan dan menawarkan program yang berbeda dengan calon pesaing lainnya. Sebab jika program dan kemasan yang digunakan memiliki kesamaan dengan calon lainnya, maka pemilih akan merasakan tidak ada bedanya yang pada akhirnya pemilih berfikir tidak akan menghasilkan hal atau sesuatu yang berbeda. Pembedaan inilah yang dilakukan dalam *positioning* politik untuk menghasilkan kesan khusus dibenak pemilih. Firmanzah menjelaskan bahwa:

Dalam *positioning*, atribut produk dan jasa yang dihasilkan akan direkam dalam bentuk *image* yang terdapat dalam sistem kognitif konsumen, semakin mudah pula mereka mengingat *image* produk dan jasa bersangkutan. Dalam konteks politik, *image* yang dimaksud misalnya kredibilitas seorang politisi, *track record*, pendidikan, dan reputasi reputasi semuanya dapat digunakan sebagai media *positioning* politik.¹⁷

Segmentasi dan *positioning* adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lain. Segmentasi untuk mengidentifikasi karakteristik yang muncul di setiap kelompok masyarakat. Sementara *positioning* untuk menempatkan *image* dan produk politik yang sesuai dengan masing-masing kelompok masyarakat. Dengan segmentasi akan tersusun individu-individu yang memiliki ciri, kepribadian, harapan, aspirasi dan tujuan yang kurang lebih sama. Hal ini memudahkan dalam

¹⁷ *Ibid* hlm. 189.

mengkomunikasikan pesan politik karena mereka semua berbagi hal-hal yang kira-kira seragam. Sehingga sekali disampaikan, pesannya akan dapat dicerna oleh individu-individu yang terdapat di dalamnya.

1.5.4 Pemilihan Kepala Desa

Desa adalah satuan pemerintahan yang diberi hak otonomi adat sehingga merupakan badan hukum sebagai kesatuan masyarakat hukum (adat) yang berhak mengatur dan mengurus urusan masyarakat setempat berdasarkan asal usulnya.¹⁸ Menurut Widjaja, Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai susunan asli berdasarkan hak asal-usul yang bersifat istimewa. Landasan pemikiran dalam mengenai pemerintahan desa adalah keragaman, partisipasi, otonomi asli, demokratisasi, dan pemberdayaan masyarakat.¹⁹ Berdasarkan pengertian di atas, Adon Nasrullah mendefinisikan:

Desa sebagai kesatuan wilayah yang dihuni oleh keluarga, yang mempunyai sistem pemerintahan sendiri (dipimpin oleh seorang Kepala Desa). Dari sisi hubungan sosio kultural penduduk desa sangat dipengaruhi oleh kondisi tanah, iklim, air, sebagai syarat penting bagi terwujudnya pola kehidupan agraris penduduk di tempat itu.²⁰

Kepala Desa merupakan penyelenggara dan penanggung jawab utama dibidang pemerintahan, pembangunan, kemasyarakatan dan urusan pemerintahan umum termasuk pembinaan ketentraman dan ketertiban.²¹

¹⁸ Hanif Nurholis, *Pertumbuhan dan Penyelenggaraan, Pemerintahan Desa*, (Jakarta: PT Glora Aksara Pratama, 2011). hlm. 1.

¹⁹ Adon Nasrullah Jamaludin, *Sosiologi Perdesaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015). hlm. 5.

²⁰ *Ibid.* hlm. 6.

²¹ Unang Sunardjo, *Pemerintahan Desa dan Kelurahan*. Bandung: Tarsito, 2004) hlm. 197.

Kepala Desa dipilih langsung melalui Pemilihan Kepala Desa (pilkades) oleh penduduk desa setempat.

Pemilihan Kepala Desa merupakan praktek demokrasi di daerah pedesaan. Dalam praktik demokrasi langsung seperti ini yang terpenting dikedepankan adalah proses pemilihan yang memegang teguh tiga aspek penting, yaitu Aspek kompetisi antar konstestan, partisipasi dan kebebasan (liberalisasi). berkaitan dengan orang-orang yang mencalonkan diri sebagai Kepala Desa dan upaya yang dipakai untuk menjadikan mereka ini sebagai calon Kepala Desa. Aspek partisipasi berkaitan dengan pemahaman masyarakat terhadap Pemilihan Kepala Desa, cara mereka merumuskan tipe kepemimpinan Kepala Desa dan model mereka membangun kesepakatan politik dengan para calon Kepala Desa. Aspek kebebasan erat kaitannya dengan suasana warga pemilih dalam menentukan pilihan politiknya kepada para calon Kepala Desa. Berdasarkan pertimbangan tiga aspek penting dalam proses Pemilihan Kepala Desa tersebut, diharapkan menumbuhkan praktik demokrasi langsung melalui lembaga penyelenggara, proses dan produk pemilihan yang baik serta bermanfaat nyata bagi masyarakat desa. Sehingga bisa dikatakan bahwa Pemilihan Kepala Desa akan sukses, apabila ketiga aspek tersebut diperhatikan secara cermat.²²

Pesta demokrasi yang dilakukan ditingkat wilayah terkecil ini pada dasarnya sudah diatur oleh peraturan perundang-undangan pemerintah

²² HAW Widjaja, *Otonomi Desa Merupakan Otonomi yang Asli Bulat dan Utuh*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003) hlm. 165.

tentang tata cara penyelenggaraan Pemilihan Kepala Desa. Sehingga seluruh rangkaian tahapan-tahapannya mulai dari pembentukan panitia Pemilihan Kepala Desa sampai pada pelantikan Kepala Desa terpilih diharapkan sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan.

Pemilihan Kepala Desa secara langsung diatur oleh Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil.

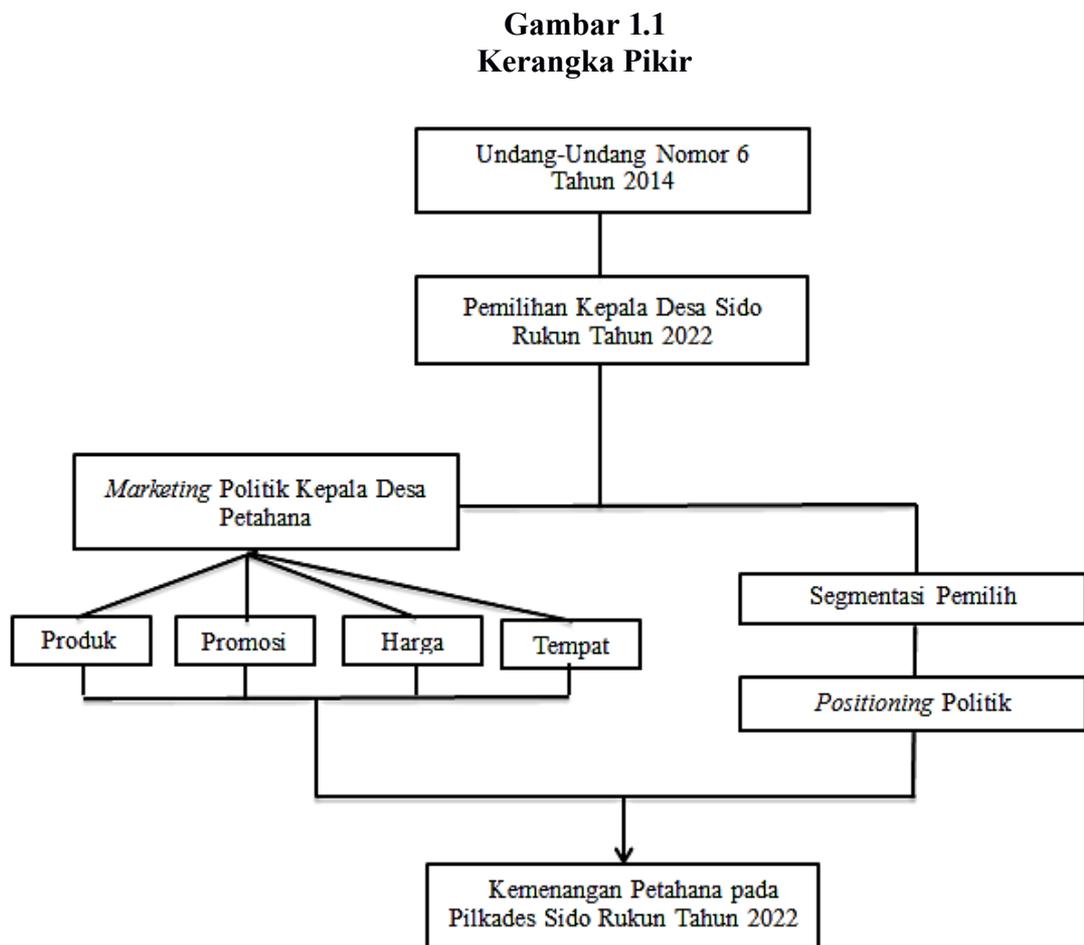
Pemilihan Kepala Desa Serentak di Kabupaten Merangin diatur Pasal 3 Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2016, yakni:

- a. Pemilihan Kepala Desa dilaksanakan secara serentak di seluruh wilayah Kabupaten Merangin;
- b. Pemilihan Kepala Desa secara serentak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilaksanakan bergelombang paling banyak 3 (tiga) kali dalam jangka waktu 6 (enam) Tahun;
- c. Pengelompokan waktu tersebut dalam ayat (2), berdasarkan waktu berakhirnya masa jabatan Kepala Desa serta memperhatikan kemampuan keuangan daerah dan ketersediaan PNS di lingkungan Kabupaten yang memenuhi syarat sebagai penjabat Kepala Desa;
- d. Dalam hal terjadi kekosongan Pejabat Kepala Desa dalam penyelenggaraan Pemilihan Kepala Desa serentak, Bupati menunjuk Penjabat Kepala Desa;
- e. Penjabat sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berasal dari Pegawai Negeri Sipil di lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Merangin.

- f. Biaya Pemilihan Kepala Desa dibebankan pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kabupaten Merangin.

1.6 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan unsur penting didalam sebuah penelitian, pada bagian ini peneliti mencoba untuk menjelaskan fenomena yang sedang diamati dengan menggunakan teori yang relevan dengan penelitiannya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi petahana dalam memenangkan Pemilihan Kepala Desa. Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka pikir dari penelitian ini sebagai berikut:



1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk memahami permasalahan di lapangan secara utuh dengan menggali lebih dalam data dan informasi dari lapangan. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung.²³

Penelitian kualitatif dipilih karena dirasa sangat tepat untuk diterapkan dalam penelitian ini, karena memberikan kesempatan peneliti untuk menganalisis dan fokus ke dalam topik yang akan diteliti secara mendalam, sistematis, dan menyeluruh. Jenis metode penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana strategi *marketing* politik dari petahana pada Pemilihan Kepala Desa Sido Rukun tahun 2022.

1.7.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan pembahasan dari penelitian ini. Tempat yang dijadikan lokasi dalam penelitian ini adalah Desa Sido Rukun Kecamatan Margo Tabir Kabupaten Merangin Provinsi Jambi

²³ John W, Creswell, *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017) hlm. 34.

1.7.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan pembatasan masalah mengenai objek yang diteliti agar lebih fokus dan terarah. Dalam penelitian ini penulis berfokus untuk menganalisis strategi petahana dalam memenangkan Pemilihan Kepala Desa Sido Rukun tahun 2022.

1.7.4 Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis sumber data yakni data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer adalah sekumpulan informasi yang diperoleh peneliti dari sumber pertama (responden atau informan, melalui wawancara) atau melakukan pengamatan yang dilakukan sendiri oleh peneliti.²⁴ Data primer penelitian ini diperoleh dari Desa Sido Rukun berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.
- b. Data Sekunder adalah data yang tidak diperoleh dari sumber pertama. Sumber data ini diperoleh dari bahan kepustakaan seperti dari buku-buku, literatur dan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dipublikasikan.²⁵ Data Sekunder penelitian ini berupa data perolehan suara pada pilkades 2022, RPJM, bps, arsip desa, buku-buku, jurnal, dan sebagainya.

²⁴ Lexy J. Moleong., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019). Hlm. 6.

²⁵ *Ibid.*

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Teknik yang digunakan peneliti dalam menentukan informan adalah *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.²⁶ Pertimbangan yang dimaksud misalnya, karena orang tersebut dianggap mampu memberikan informasi yang diperlukan bagi penelitian guna memperoleh data yang akurat. Informasi penelitian berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Peneliti menetapkan beberapa informan sebagai berikut:

Tabel 1.4
Informan Peneliiian

No	Informan	Jabatan
1.	Muhajir	Kepala Desa terpilih
2.	Supriyanto	Ketua Tim Sukses
3.	Nur Khoidah	Anggota Panitia Pilkades
4.	Ummi Fatimatuzaroh	Guru /Tokoh Masyarakat
5.	Gustin Nila Sari	Mahasiswa /Tokoh Masyarakat
6.	M Yasir	Petani /Tokoh Masyarakat
7.	Sri Nursiah	Pedagang /Tokoh Masyarakat

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019) hlm. 288

8.	Sugianto	Kandidat Kades tidak terpilih
9.	Ponidi	Kandidat Kades tidak terpilih

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data dan informasi yang dapat melengkapi penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi kualitatif adalah peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu dilokasi penelitian.²⁷ Observasi yang dilakukan berupa survey lapangan, dan meminta izin untuk melakukan penelitian. Penulis menggunakan metode ini dalam pengambilan data karena ingin secara langsung mengamati dan mencatat data-data yang terkait dengan strategi petahana dalam Pemilihan Kepala Desa Sido Rukun.

b. Wawancara

Wawancara kualitatif yaitu peneliti dapat melakukan wawancara langsung dengan informan, wawancara dengan telepon, atau terlibat wawancara dalam kelompok. Wawancara ini memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang secara umum bersifat terbuka untuk memunculkan pandangan dan opini dari para partisipan.²⁸

²⁷ John W, Creswell. *Op.cit* hlm.254

²⁸ *Ibid.* hlm. 254.

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (terbuka), dimana wawancara ini lebih mudah untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tentang penelitian ini secara lebih terperinci dan lebih valid terkait masalah yang penulis teliti.

c. Dokumentasi

Selama proses penelitian, peneliti juga bisa mengumpulkan dokumen-dokumen kualitatif, berupa dokumen publik (misalnya koran, makalah, laporan kantor) ataupun dokumen privat (misalnya buku harian, diari, surat, dan e-mail).²⁹ Peneliti menggunakan metode dokumentasi bertujuan agar data yang diperoleh bisa dijadikan bukti valid. Salah satunya dengan teknik dokumentasi (foto) data, dokumen, data, serta hasil wawancara. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi profil Desa Sido Rukun, dokumen hasil pemungutan suara, profil kepala desa terpilih, visi-misi dan program kerja kepala desa, struktur pemerintahan desa.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Pembahasan metode dalam proposal kualitatif diperlukan langkah-langkah yang rinci dalam menganalisis berbagai bentuk kualitatif. Tujuannya adalah untuk memaknai data yang berupa teks atau gambar. Usaha ini melibatkan segmentasi dan memilah-milah data serta menyusunnya

²⁹ *Ibid.* hlm. 255.

kembali. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kegiatan melakukan reduksi data dilakukan terus-menerus, terutama selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung atau selama pengumpulan data.³⁰

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Melalui data yang disajikan, kita dapat melihat dan memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh menganalisis atukah mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut.³¹

c. Penarikan Kesimpulan

³⁰ Ulber Silalahi. *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2009) hlm. 339

³¹ *Ibid.* hlm. 340

Penarikan

kesimpulan merupakan penjabaran secukupnya terhadap data dan informasi yang telah disusun untuk menjawab rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian sebagai hasil dari kesimpulan.

1.7.8 Keabsahan Data (Triangulasi Data)

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu dengan yang lain.³² Dalam penelitian ini, terdapat dua triangulasi yang digunakan diantaranya yaitu:

- a. Triangulasi Data, yakni penggunaan berbagai data dan sumber yang beragam dalam suatu penelitian
- b. Triangulasi Sumber Data, yakni pengecekan pada data yang diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumen lainnya.

³² Lexy J. Moleong, *Op. Cit.* hlm. 330