

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pemilihan Kepala Desa (pilkades) di Indonesia menjadi salah satu manifestasi dari pelaksanaan demokrasi di tingkat lokal yang sangat vital. Dalam konteks ini, Pilkades bukan sekadar proses pemilihan kepala pemerintahan desa, tetapi juga mencerminkan praktik demokrasi lokal yang melibatkan langsung partisipasi masyarakat dalam menentukan pemimpin mereka.<sup>1</sup> Fenomena ini menjadi sangat penting mengingat desa merupakan unit pemerintahan terkecil di Indonesia, dan pilkades memiliki dampak langsung terhadap kehidupan masyarakat di tingkat desa.

Pilkades sebagai praktik demokrasi lokal menonjolkan nilai-nilai partisipatif, di mana masyarakat desa memiliki hak untuk menyuarakan aspirasi dan pilihan mereka. Dalam pelaksanaannya, pilkades memberikan kesempatan kepada setiap warga desa untuk turut serta dalam mengelola pemerintahan desa, memilih pemimpin yang dianggap mampu mewakili dan mengemban amanah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.<sup>2</sup>

Pentingnya pilkades tidak hanya terbatas pada aspek pemilihan pemimpin, melainkan juga memiliki implikasi yang signifikan terhadap perkembangan lokal. Kepemimpinan desa memiliki peran strategis dalam

---

<sup>1</sup> Ikmal, M., & Arifin, M. 'Anarkisme Politik di Aras Lokal (Peran Bandit Politik dalam Pilkades Di Kabupaten Sumenep)'. *Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan*, Volume 6, Nomor 2, April 2020 Hal. 148

<sup>2</sup> Averus, A., & Alfina, D, 'Partisipasi Politik Dalam Pemilihan Kepala Desa. Moderat' *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, Volume 6, Nomor 3, Agustus 2020 Hal. 587

mengarahkan pembangunan ditingkat lokal.<sup>3</sup> Kualitas kepemimpinan desa dapat memengaruhi keberhasilan berbagai program dan proyek pembangunan, termasuk upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pemberdayaan ekonomi lokal, dan peningkatan infrastruktur.

Dengan begitu, pilkades tidak hanya menjadi ajang politik semata, melainkan juga menjadi ujung tombak dalam upaya mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan di tingkat desa. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terkait pengaruh kepemimpinan desa terhadap pembangunan lokal menjadi esensial dalam merangkul nilai-nilai demokrasi dan kemajuan di tingkat masyarakat desa.

Pilkades menjadi ajang penting untuk mengekspresikan hak pilih dan kebebasan menentukan pilihan yang sesuai dengan nurani rakyat. Oleh karena itu, setiap calon perlu mengembangkan pendekatan atau strategi untuk memperoleh dukungan masyarakat.<sup>4</sup> Suatu strategi yang efektif haruslah terencana dengan baik, dan pelaksanaannya harus efisien.

Masa kampanye di setiap pilkades memegang peranan krusial bagi kandidat.<sup>5</sup> Dalam periode ini, setiap calon berupaya mempengaruhi pemilih, meminta dukungan, dan meraih hak suara pada hari pemilihan.<sup>6</sup> Pesan-pesan

---

<sup>3</sup> Sadipun, A., Metekohy, L. M., & Bakker, R. 'Dampak Pemilihan Kepala Desa Terhadap Eksistensi Nilai Budaya Basanohi Pada Desa Waiboga Kecamatan Sulawessi Tengah

<sup>4</sup> Farera, A., & Alfikri, M. 'Strategi Komunikasi Politik Kepala Desa pada Pemilihan Kepala Desa di Sei Mencirim Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang Periode 2022-2028'. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, Volume 6, Nomor 1, Juni 2022 Hal. 824

<sup>5</sup> Harijadi, C. N., Raudhana, N., Atthalah, R., Brilliana, D., & Solihah, R. 'Perilaku Memilih Masyarakat Desa Pada Pemilihan Kepala Desa (Studi Kasus Desa Ngadas Kabupaten Malang)'. *UNES Law Review*, Volume 5, Issue 4, Juni 2023, Hal. 3760

<sup>6</sup> Fatimah, S. 'Kampanye sebagai Komunikasi Politik'. *Resolusi Jurnal Sosial Politik*, Volume 1, Nomor 1, Juni 2018, Hal. 10

politik serta ajakan untuk memilih partai atau tokoh tertentu menjadi fokus utama dalam kampanye politik. Penting bagi setiap kandidat untuk mengembangkan pendekatan atau strategi yang cerdas guna meraih keberhasilan dalam kontestasi pilkades. Dalam merancang strategi, dua aspek yang tidak boleh diabaikan oleh setiap kandidat adalah relativitas dan nilai pribadi masing-masing. Kedua hal ini menjadi tolok ukur untuk menilai keberhasilan strategi yang diterapkan oleh pihak-pihak yang bersaing dalam memperebutkan suara pada hari pemilihan.

Kabupaten Musi Banyuasin sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Sumatera Selatan telah memulai langkah demokrasi dari dasar yakni melakukan Pemilihan Umum Kepala Desa secara serentak pada Senin, 17 Oktober 2022. Desa Muara Bahar merupakan salah satu desa yang menjadi bagian dari pemilihan serentak yang melibatkan 65 desa dalam 14 Kecamatan di Kabupaten Musi Banyuasin. Dalam rentang waktu sejarah Desa Muara Bahar, pilkades pada tahun 2022 ini adalah yang kelima kalinya diadakan. Sebelumnya, Desa Muara Bahar telah diperintah oleh seorang pemimpin yang dikenal dengan sebutan kerio. Menurut Irwanto, Kerio adalah sebutan lain dari Kepala Dusun.<sup>7</sup> Kerio merupakan kepala dusun (*doesoehofden*). Seorang proatin yang dusunnya berada di ibukota marga, maka dia disebut sebagai pembarap. Ada sebutan juga penggawa

---

<sup>7</sup> Sudarmanto, B. A. (2017). Pola Kepemimpinan Masyarakat Uluan Sumatera Selatan Dalam Novel Anak Perawan Di Sarang Penyamun Karya Sutan Takdir Alisjahbana [Leadership Patterns Of South Sumatera Up-Streamer (Uluan) In Novel Anak Perawan Di Sarang Penyamun By Sutan Takdir Alisjahbana]. *TOTOBUANG*, 5(2), 229-241.

(penggawo) yang mengurus urusan agama.<sup>8</sup> Pada masa itu, jabatan kerio memiliki peran sentral dalam pemerintahan desa, setara dengan jabatan kepala dusun pada era sistem marga di Sumatera Selatan.<sup>9</sup>

Sistem marga ini memberikan struktur hierarki yang terorganisir, di mana setiap marga terdiri dari beberapa dusun, dan masing-masing dusun dibagi menjadi beberapa kampung. Jabatan kerio menjadi representasi kepemimpinan tingkat dusun pada masa tersebut, setara dengan peran yang dimainkan oleh kepala desa pada era pemerintahan desa modern seperti saat ini.

Berikut adalah beberapa kerio dan kepala desa yang pernah menjabat di Desa Muara Bahar beserta periode jabatan mereka:

**Tabel 1.1 Kepala Desa Muara Bahar**

No	Nama Kepala Desa	Periode	Keterangan
1	Balam	1918	Kepala Desa
2	Alam Tasir	-	Kepala Desa
3	Yahya Poton	1920 – 1930	Kepala Desa
4	Husen	1930 – 1940	Kepala Desa
5	Agus	1940 – Tidak diketahui	Kepala Desa
6	Cek Nangsik	1950 – Tidak diketahui	Kepala Desa
7	Ali Deri Kromo	1960 – 1970	Kepala Desa
8	M. Said Nungci	1970 – 1975	Kepala Desa
9	M. Said Nungci	1975 – 1993	Kepala Desa
10	M. Juanda	1993s – 1994	Plh. Kepala Desa
11	M. Said Nungci	1995 – 2003	Kepala Desa
12	Kohar	2004 – 2008	Pjs. Kepala Desa
13	M. Zapran	2008 – 2009	Plh. Kepala Desa
14	Herman Said	2009 – 2016	Kepala Desa
15	Suhendro	2016	Plh. Kepala Desa
16	Indra Guntur	2016 – 2022	Kepala Desa

<sup>8</sup> *Ibid.* Hal. 4

<sup>9</sup> Muhidin, R. 'Penamaan Marga dan sistem Sosial Pewarisan Masyarakat Sumatera Selatan (Naming Clan and Social System of Transfer to People in South Sumatera)'. *Jurnal Kebudayaan*, Volume 13, Nomor 2, Desember 2018, Hal. 166

Sumber : Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Musi Banyuasin

Pada pilkades di Desa Muara Bahar, momentum demokrasi terjadi ketika lima pasang calon bersaing untuk merebut jabatan kepala desa. Desa tersebut mengalami dinamika politik yang menarik, dan proses pemilihan berlangsung pada tanggal 17 Oktober 2022. Lima calon tersebut adalah Evi Sarial Gani, Yakup, Herman, Binton Segala, dan Indra Guntur. Perolehan suara menjadi tolok ukur penting dalam mengukur tingkat dukungan masyarakat terhadap setiap calon. Berikut data jumlah perolehan suara pada pilkades di Desa Muara Bahar tahun 2022:

**Tabel 1.2 Data jumlah perolehan suara pada pemilihan kepala desa di Desa Muara Bahar tahun 2022**

No	Nama Kandidat	Total Perolehan Suara
1	Evi Sarial Gani	207
2	Yakup	272
3	Herman	259
4	Binton Segala	293
5	Indra Guntur	957

Sumber: Buku Laporan Data Pemilihan Kepala Desa Muara Bahar Tahun 2022

Sesuai hasil perolehan suara pada buku laporan data pemilihan kepala desa Muara Bahar tahun 2022, menunjukkan bahwa Indra Guntur menang mutlak dari kandidat yang lain dan terpilih kembali sebagai Kepala Desa Muara Bahar periode 2022-2028. Indra Guntur berhasil mengalahkan 4 kandidat dengan selisih perolehan suara yang lebih unggul dari para pesaingnya.

Fenomena kemenangan Indra Guntur dalam pilkades Muara Bahar tahun 2022 menjadi sorotan menarik, terutama ketika dikaji dalam konteks strategi yang digunakan. Meskipun Indra Guntur bukanlah sosok yang baru

dalam kepemimpinan Desa Muara Bahar. Sebelumnya, Indra Guntur telah sukses menjabat sebagai Kepala Desa Muara Bahar pada periode 2016-2022. Namun, pengalaman kepemimpinan sebelumnya dianggap oleh masyarakat sebagai salah satu faktor yang mendukung kesuksesannya dalam pilkades yang terkini. Sehingga, keberhasilan Indra Guntur tidak hanya tercermin dari popularitasnya dimata masyarakat, tetapi juga dari kebijakan dan strategi pemasaran politik yang diterapkan dalam proses kampanye.

Proses politik dalam Pilkades Muara Bahar tahun 2022 menunjukkan kemajuan dalam hal penerapan strategi politik modern. Penggunaan *marketing* politik dan keterlibatan tim sukses menjadi aspek penting dalam memahami dinamika proses politik tersebut. *Marketing* politik, sebagai cabang ilmu *marketing*, memberikan kontribusi besar dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap seorang kandidat. Integrasi dalam bauran pemasaran 4P (*Product, Promotion, Price, Place*) menjadi landasan utama dalam menciptakan kampanye yang efektif.

Produk dalam *marketing* politik mengacu pada citra dan kebijakan kandidat. Indra Guntur, dengan pengalaman kepemimpinan sebelumnya, dapat dianggap sebagai produk yang telah teruji dan diterima oleh masyarakat. Promosi mencakup berbagai upaya untuk meningkatkan popularitas, dan dalam hal ini, kampanye promosi Indra Guntur berhasil menarik perhatian pemilih dengan baik. Harga mencerminkan konsekuensi dan manfaat yang akan diperoleh masyarakat dengan memilih seorang kandidat, sementara tempat berkaitan dengan distribusi pesan kampanye ke

berbagai lapisan masyarakat.

Dengan demikian, fenomena kemenangan Indra Guntur pada Pilkades Muara Bahar tahun 2022 dapat diartikan sebagai hasil dari strategi yang matang, dukungan *marketing* politik yang efektif, dan penerapan konsep ilmu *marketing* dalam proses demokrasi di tingkat desa. Hal ini menunjukkan evolusi dan profesionalisasi dalam politik lokal, di mana aspek strategis menjadi kunci untuk meraih kepercayaan dan dukungan masyarakat.

Beberapa penelitian terdahulu digunakan oleh peneliti untuk menjadi acuan dalam penelitian ini untuk memberikan wawasan dan kerangka kerja yang berguna dalam memahami konteks dan fenomena seputar pilkades di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Budhi Suhara, dkk, berjudul "Strategi Pemenangan Tim Sukses dalam pilkades Karangwangi Kec. Karangwareng Kab. Cirebon 2019- 2024" bertujuan untuk mengetahui strategi politik dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh tim sukses untuk memenangkan calon kepala Desa. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam objek penelitian, yaitu pilkades.<sup>10</sup> Baik penelitian Rizki Budhi Suhara maupun penelitian saat ini fokus pada dinamika Pilkades, strategi politik, dan komunikasi yang digunakan oleh calon kepala desa beserta tim suksesnya. Keduanya juga mengambil pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang strategi dan dinamika

---

<sup>10</sup> Suhara, R. B., Sapari, Y., & Kamaludin, H. E. 'Strategi Pemenangan Tim Sukses Dalam Pemilihan Kepala Desa Karangwangi Kec. Karangwareng Kab. Cirebon 2019-2024'. Jurnal Network Media, Volume 5, Nomor 1, Februari 2022, Hal. 88

Pilkades.

Perbedaan utama terletak pada lokasi penelitian dan periode pemilihan. Penelitian Rizki Budhi Suhara dilakukan di Desa Karangwangi, Kabupaten Cirebon, dengan periode pemilihan 2019-2024. Sementara itu, penelitian saat ini berfokus pada Pilkades di Desa Muara Bahar, Kecamatan Bayung Lencir, Kabupaten Musi Banyuasin, dengan periode pemilihan tahun 2022. Perbedaan ini menghasilkan konteks yang unik dalam kedua penelitian, yang dapat mempengaruhi strategi yang digunakan dan temuan yang ditemukan oleh peneliti.

Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Cholillah Suci Pratiwi, dkk, berjudul "Strategi *Marketing* Politik Kepala Desa Pertahana Pada Pilkades Di Desa Sidomukti Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur" pada tahun 2020, bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran politik kepala desa petahana di desa Sidomukti yang mampu mempertahankan kekuasaannya selama tiga periode.<sup>11</sup> Penelitian ini memiliki kesamaan dengan yang dilakukan oleh penulis yang terletak pada fokus penelitian yang mengeksplorasi strategi politik dalam konteks Pilkades. Kedua penelitian ini menyoroti pentingnya strategi pemasaran politik baik untuk mempertahankan kekuasaan kepala desa. Keduanya menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan wawancara sebagai teknik pengumpulan data.

---

<sup>11</sup> Pratiwi, C. S., Bafadhal, F., & Giovani, A. S. 'Strategi Marketing Politik Kepala Desa Pertahana Pada Pilkades Di Desa Sidomukti Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur'. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, Volume 4, Nomor 4, November 2020, Hal. 311

Namun, perbedaan utama terletak pada lokasi penelitian, objek penelitian, dan konteks pemilihan. Penelitian Cholillah Suci Pratiwi dilakukan di Desa Sidomukti, Kecamatan Dendang, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, dengan focus pada kepala desa petahana yang mempertahankan jabatannya selama tiga periode. Sementara itu, penelitian saat ini berfokus pada Pilkades di Desa Muara Bahar, Kecamatan Bayung Lencir, Kabupaten Musi Banyuasin, dengan fokus pada Kepala Desa Muara Bahar yang mempertahankan jabatannya selama dua periode. Perbedaan ini dapat memengaruhi strategi yang diterapkan dan temuan yang dihasilkan oleh penelitian.

Meskipun demikian, keduanya memberikan kontribusi pada pemahaman tentang strategi politik dalam konteks Pilkades, yang dapat memberikan wawasan berharga untuk penelitian tentang dinamika politik lokal di berbagai daerah di Indonesia. Oleh sebab itu, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk merinci dan menganalisis strategi yang digunakan oleh Indra Guntur dalam meraih kemenangan pada Pilkades tersebut, serta menggali pemahaman lebih mendalam terkait dinamika politik lokal dan penerapan konsep marketing politik di tingkat desa.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi relevan dalam konteks pemahaman dinamika politik lokal, penggunaan strategi pemasaran politik ditingkat desa, dan dampaknya terhadap hasil Pilkades. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat untuk pemahaman lebih lanjut tentang peran strategi dalam konteks demokrasi

tingkat desa, serta implikasinya terhadap tata kelola pemerintahan di tingkat lokal.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Strategi Kemenangan Indra Guntur dalam Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) di Desa Muara Bahar Kecamatan Bayung Lencir Kabupaten Musi Banyuasin Periode Tahun 2022-2028.”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi kemenangan yang diterapkan oleh Indra Guntur dalam pilkades di Desa Muara Bahar, Kecamatan Bayung Lencir, Kabupaten Musi Banyuasin, periode tahun 2022-2028?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis strategi kemenangan yang diterapkan oleh Indra Guntur dalam Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) di Desa Muara Bahar, Kecamatan Bayung Lencir, Kabupaten Musi Banyuasin, periode tahun 2022-2028.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, baik yang bersifat teoritis maupun praktis.

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi terhadap literatur

akademis dalam bidang politik lokal. Temuan dan analisis yang dihasilkan dapat menjadi referensi penting bagi peneliti, akademisi, dan mahasiswa yang tertarik dengan dinamika politik pada tingkat desa, mengisi celah pengetahuan, dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap strategi kemenangan dalam pilkades. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan atau memperluas konsep dan teori terkait, memperkuat landasan teoritis untuk penelitian masa depan di bidang ini.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini akan memberikan manfaat nyata dalam konteks politik lokal. Calon kepala desa dan tim kampanye dapat menggunakan temuan penelitian sebagai pedoman praktis dalam merancang strategi kampanye yang lebih efektif. Informasi yang dihasilkan juga dapat memberikan wawasan berharga kepada pemangku kepentingan lokal, termasuk pemerintah desa dan lembaga masyarakat, untuk memahami dinamika politik desa secara lebih baik. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi sumber informasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pilkades dan faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi kemenangan, mendukung masyarakat dalam membuat keputusan yang lebih terinformasi dalam konteks demokrasi lokal.

## 1.5 Landasan Teori

### 1. Strategi Politik

Strategi, berasal dari kata Yunani "*stratagos*," awalnya didefinisikan dalam konteks militer sebagai langkah-langkah perencanaan yang dilakukan

oleh seorang jenderal untuk memenangkan peperangan. Seiring perkembangannya, strategi telah meluas ke berbagai konteks, termasuk dalam manajemen organisasi. Dalam konteks organisasi, strategi menjadi langkah prioritas yang diambil untuk mencapai misi tertentu melalui perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.<sup>12</sup> Strategi juga diartikan sebagai rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran.<sup>13</sup> (Firmanzah, 2008:259).

De Bruycker & Rooduijn menjelaskan terkait 5 definisi strategi yang terdiri dari: strategi merupakan sebuah rencana (*plan*), pola (*pattern*), posisi (*positions*), permainan/taktik (*play*) dan sebagai perspektif (*perspective*).<sup>14</sup> Pertama, strategi diartikan sebagai rencana, yaitu program terencana untuk mencapai serangkaian tujuan yang telah ditentukan. Kedua, strategi dianggap sebagai pola perilaku konsisten yang tidak berubah-ubah, mencerminkan kesadaran seluruh pihak terlibat dalam penerapan strategi. Ketiga, strategi dipahami sebagai posisi, yang mengacu pada langkah-langkah menetapkan merek, produk, atau posisi perusahaan di pasar. Keempat, strategi diinterpretasikan sebagai taktik, serangan terencana untuk memperdaya atau memukau pesaing. Kelima, strategi diartikan sebagai perspektif, yaitu langkah-langkah pelaksanaan strategi berdasarkan teori

---

<sup>12</sup> Schafer, A. 'Digital heuristics: How parties strategize political communication in hybrid media environments'. *New Media & Society*, Volume 25, Nomor 3, Mei 2021. Hal. 524

<sup>13</sup> Firmanzah. 2007. *MARKETING POLITIK : Antara Pemahaman Dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Hal. 259

<sup>14</sup> De Bruycker, I., & Rooduijn, M. 'The people's champions? Populist communication as a contextually dependent political strategy'. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Volume 98, Nomor 3, April 2021 Hal. 901

dengan menggunakan daya pikir yang wajar dan rasional.<sup>15</sup>

Dalam konteks politik, strategi politik menjadi aspek penting dalam komunikasi politik.<sup>16</sup> Kontestan atau bakal calon perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi pendukungnya, massa mengambang, dan pendukung lawan. Identifikasi ini membantu menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pemilihan, serta menentukan strategi pendekatan terhadap kelompok pemilih tertentu. Kedekatan ideologis juga dianggap sebagai kekuatan untuk menarik pemilih ke bilik suara tanpa terlalu memperhatikan program kerja atau visi dan misi kontestan.

Dengan demikian, strategi politik tidak hanya bersifat rencana atau taktik semata, melainkan mencakup pola perilaku konsisten, penentuan posisi, serangan terencana, dan perspektif yang digunakan untuk mencapai tujuan politik. Strategi politik menjadi kunci dalam memenangkan persaingan politik dan menarik dukungan pemilih.

Strategi kemenangan dalam pilkades melibatkan rumusan skenario kegiatan yang dirancang untuk memenangkan pemilihan umum secara langsung. Beragam strategi dapat diterapkan, dan langkah awal seringkali melibatkan analisis posisi pasar para kontestan, yang kemudian menjadi dasar untuk menentukan langkah strategi berikutnya. Penggunaan strategi dan teknik komunikasi pemasaran yang sistematis dan rasional menjadi kunci efektivitas untuk mendapatkan dukungan pemilih.

---

<sup>15</sup> Triwicaksono, Y. D. B. B., & Nugroho, A. 'Strategi komunikasi politik kemenangan Kepala Daerah'. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, Volume 5, Nomor 1, Juli 2021, Hal. 137

<sup>16</sup> Zainal, A. G. 'Strategi Komunikasi Politik Pemerintahan Daerah Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pedesaan'. *Meta Communication*, Hal. 59

Dalam perencanaan strategi pemenangan, fokus utama adalah pada bagaimana calon kandidat dapat menyusun sosialisasi yang tepat dan menjalankan komunikasi politik yang efektif. Komunikasi dan sosialisasi politik dianggap penting, sebagai sarana untuk memberikan informasi dan mempengaruhi masyarakat setempat.<sup>17</sup> Dengan komunikasi yang bersifat dialogis antara pemimpin dan rakyat, terjalinlah hubungan saling memberi dan menerima pendapat, menciptakan kepentingan bersama untuk saling membantu.

Penetapan strategi menjadi langkah krusial yang memerlukan penanganan hati-hati, karena kegagalan dalam penetapan strategi dapat berakibat fatal. Strategi dianggap sebagai rahasia yang harus dijaga ketat oleh para perencana kampanye. Dalam penerapan strategi, prinsip mendasar yang dipegang adalah "tidak ada yang berarti dari segalanya kecuali apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya." Menurut Marthin-Anderson, strategi adalah seni yang melibatkan kecerdasan dan pemikiran untuk mengoptimalkan sumber daya yang tersedia guna mencapai tujuan dengan keuntungan maksimal dan efisien.<sup>18</sup>

Strategi komunikasi, menurut Middledotn, adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi, melibatkan komunikator, pesan, saluran (media), dan penerima, untuk mencapai tujuan yang optimal. Dalam

---

<sup>17</sup> Laduma, M., Hamim, U., & Mahmud, R. 'Strategi Politik Pemenangan Dedi Hamzah pada Pemilihan Umum DPRD Provinsi Gorontalo Tahun 2019 di Kecamatan Wonosari Kabupaten Boalemo'. *Jurnal Kewarganegaraan*, Volume 7, Nomor 2, Desember 2023, Hal. 2270

<sup>18</sup> Mulyani, S. R., Muis, S. F., & Rahmawati, R. 'Strategi Komunikasi Verbal Dan Nonverbal Dalam Meningkatkan Skill Public Speaking Santri SMK Life Skill Kendari'. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, Volume 3, Nomor 1, Juni 2022, Hal. 72

konteks strategi politik, Peter membaginya menjadi dua kategori, yaitu strategi ofensif (menyerang) dan strategi defensif (bertahan). Strategi ofensif mencakup ekspansi pasar dan penetrasi pasar, sementara strategi defensif terkait dengan mempertahankan pasar dan menutup atau menyerahkan pasar.

**Tabel 1.3 Strategi politik menurut Peter Schroder**

<b>Strategi Ofensif</b>	<b>Strategi Defensif</b>
Strategi memperluas pasar (strategi persaingan)	Strategi mempertahankan pasar (strategi pelanggan, strategi multiplier)
Strategi menembus pasar (strategi pelanggan)	Strategi menutup atau menyerahkan pasar (strategi lingkungan sekitar)

Strategi memperluas pasar, terutama dalam konteks kampanye, mencakup pendekatan ofensif yang bertujuan membentuk kelompok pendukung baru selain yang sudah ada. Dalam hal ini, calon kandidat perlu menawarkan penawaran yang baru dan menarik bagi para pemilih, menciptakan persaingan nyata untuk merebut perhatian pemilih melalui kampanye. Peter Schroder menjelaskan bahwa strategi menembus pasar lebih fokus pada penawaran program kepada pemilih yang sudah ada dan menggali potensi warga, menunjukkan orientasi terhadap peningkatan pemahaman pemilih terhadap program-program yang ditawarkan.

Di sisi lain, strategi defensif melibatkan dua pendekatan, yakni mempertahankan pasar dan menyerahkan pasar. Dalam konteks mempertahankan pasar, kandidat berupaya memelihara dukungan dari

pemilih yang sudah setia dan memperkuat hubungan dengan mereka. Strategi ini juga mencakup memberikan arahan atau masukan kepada pemilih baru untuk memilihnya. Hal ini menunjukkan upaya untuk mempertahankan pemilih yang sudah loyal sambil memberikan panduan kepada pemilih baru atau pemula agar memilih kandidat tersebut.

Dalam konteks strategi menyerahkan pasar, terdapat dua makna yang diungkapkan oleh Peter Schroder<sup>19</sup>:

1. Sebuah partai memiliki niat untuk menyerah dan bergabung dengan partai lain, atau dengan kata lain, membentuk koalisi. Dalam skenario ini, partai yang menyerah akan mengarahkan pendukungnya untuk mendukung partaikoalisi.
2. Dalam pemilihan yang melibatkan calon atau kandidat, khususnya saat calon atau kandidat utama sudah teridentifikasi, calon atau kandidat yang berada di bawah kandidat utama akan mengarahkan pendukungnya untuk mendukung calon utama. Hal ini mencerminkan upaya untuk menyatukan dukungan di sekitar calon utama.

Dalam konteks komunikasi politik, strategi dapat ditetapkan dengan menggunakan model SWOT sebagai alat untuk menganalisis:

- *Strengths* (Kekuatan)

Fokus pada kekuatan-kekuatan yang dimiliki, seperti dukungan kuat dari kalangan pemuda dan keberadaan tokoh-tokoh masyarakat yang berperan sebagai penggerak, menjadi poin utama dalam memperoleh

---

<sup>19</sup> Schroder, Peter. 2008. *Strategi Politik*. Indonesia. Jakarta: Friedrich-Naumann

dukungan suara.

- *Weaknesses* (Kelemahan)

Penting untuk mengidentifikasi dan mencari solusi terhadap kelemahan- kelemahan yang ada, sehingga tidak menjadi faktor penyebab potensial kekalahan dalam pemilihan.

- *Opportunities* (Peluang)

Analisis mengenai peluang atau kesempatan dalam kampanye, seperti potensi bantuan dari pihak luar berupa pemberian kaos, stiker, atau topi, menjadi aspek yang perlu dipertimbangkan.

- *Threats* (Ancaman)

Menilai faktor ancaman merupakan tahapan akhir dalam analisis kampanye, yang mencakup tekanan untuk tidak memberikan suara pada pemilu, praktik politik uang, keterbatasan dana, kebojoran strategi, dan faktor-faktor negatif lainnya yang mungkin dihadapi.

Secara keseluruhan, model SWOT memberikan kerangka kerja yang holistik dan terstruktur untuk mengembangkan strategi komunikasi politik yang lebih rinci dan responsif terhadap dinamika pemilihan.

## **2. Marketing Politik**

*Marketing* politik adalah suatu pendekatan strategis yang digunakan oleh para kandidat atau partai politik untuk mempromosikan diri mereka dan memenangkan dukungan pemilih.<sup>20</sup> Tujuannya adalah untuk

---

<sup>20</sup> Andrianus Pito, Toni, dkk. 2006. *Mengenal Teori-Teori Politik*. Nuansa Bandung, Hal. 203-204

membentuk persepsi positif di kalangan pemilih, meningkatkan ketertarikan terhadap kandidat atau partai, serta menghasilkan dukungan dan suara dalam pemilihan umum. *Marketing* politik mencakup serangkaian aktivitas perencanaan dan implementasi strategi komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan politik tertentu.

Dalam konteks *marketing* politik, konsep "*marketing*" bukanlah tentang menjual produk atau layanan seperti dalam pemasaran konvensional, melainkan tentang memasarkan citra, ideologi, visi, misi, dan program politik. Beberapa elemen utama dalam *marketing* politik melibatkan pemahaman pasar (pemilih), identifikasi pesaing (kandidat atau partai lain), perumusan pesan yang efektif, pemilihan saluran komunikasi yang tepat, dan evaluasi kinerja strategi pemasaran. Pentingnya *marketing* politik semakin meningkat dalam era modern dengan perkembangan teknologi informasi dan media sosial. Kandidat dan partai politik sering menggunakan platform digital untuk mencapai pemilih dengan cepat dan efektif. Strategi pemasaran politik juga dapat melibatkan kampanye iklan, debat publik, pertemuan dengan pemilih, dan berbagai kegiatan lainnya yang dirancang untuk membangun citra yang positif dan mendapatkan dukungan pemilih.<sup>21</sup>

Oleh karena itu, *marketing* politik tidak hanya berfokus pada upaya penjualan semata, tetapi juga merupakan pendekatan yang mencakup pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat. Selain

---

<sup>21</sup> Firmanzah. 2008. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta :Yayasan Obor Indonesia

itu, ia melibatkan strategi komunikasi yang dirancang untuk membangun citra positif bagi partai atau kandidat. Paradigma konsep *marketing* politik melampaui sekadar komunikasi politik, mencakup teknik-teknik pemasaran, strategi penawaran ide dan program, serta pengolahan informasi.

Semua aspek tersebut diterapkan sepanjang seluruh proses dan tidak terbatas hanya pada kampanye politik. Ini juga meliputi cara merumuskan produk politik melalui pengembangan simbol, citra, platform, dan program yang ditawarkan. Semua ini dapat dimasukkan ke dalam 4PS bauran pemasaran politik, yaitu:

a. Produk

Produk politik terbagi menjadi tiga kategori utama. Pertama adalah *party platform*, yang mencakup konsep dasar, identitas ideologi, dan program kerja yang diusung oleh sebuah institusi politik. Platform ini merupakan fondasi yang menggambarkan visi, misi, dan tujuan kepada masyarakat. Kedua adalah *past record*, yang meliputi catatan sejarah dan prestasi sebelumnya yang berkontribusi dalam membentuk citra dan reputasi produk politik. Rekam jejak ini penting karena memberikan bukti konkret tentang kemampuan dan pencapaian partai atau kandidat di masa lalu. Ketiga adalah *personal characteristic*, yaitu sifat-sifat atau ciri khas yang dimiliki oleh seorang pemimpin atau kandidat. Karakteristik ini menciptakan citra, simbol, dan kredibilitas bagi produk politik, yang sangat memengaruhi persepsi publik terhadap kepemimpinan dan keandalan kandidat tersebut.

b. Promosi (*promotion*)

Partai politik atau kandidat sering kali bekerja sama dengan agen iklan untuk mengembangkan slogan, jargon, dan citra yang ingin mereka komunikasikan kepada publik. Kerja sama ini bertujuan untuk menciptakan pesan yang kuat dan mudah diingat oleh masyarakat. Selain itu, promosi politik juga bisa dilakukan melalui berbagai acara besar seperti konser musik outdoor, debat antar kandidat dalam satu acara, dan pengerahan massa dalam jumlah besar untuk menghadiri pertemuan kader atau acara keagamaan seperti tabligh akbar. Namun, penting untuk diingat bahwa promosi politik tidak seharusnya terbatas pada masa kampanye saja. Upaya promosi harus dilakukan secara berkelanjutan dan permanen untuk menjaga keberlanjutan pesan dan memperkuat hubungan dengan konstituen.

c. Harga (*price*)

Dalam konteks Pilkades (Pemilihan Kepala Desa), pengertian "harga" dalam marketing politik lebih berfokus pada pengeluaran dan investasi yang dikeluarkan oleh calon kepala desa untuk kampanye mereka. "Harga" di sini mencakup beberapa aspek, seperti:

- a. Biaya Ekonomi: Ini mencakup semua biaya langsung yang dikeluarkan oleh calon selama masa kampanye, termasuk pengeluaran untuk iklan lokal, biaya penyelenggaraan acara kampanye, materi promosi seperti spanduk dan brosur, serta biaya untuk berbagai aktivitas yang bertujuan menarik perhatian dan dukungan dari masyarakat desa.

- b. Biaya Waktu dan Energi: Calon kepala desa juga harus mempertimbangkan waktu dan energi yang diinvestasikan dalam kampanye, termasuk kunjungan rumah, pertemuan dengan warga, dan partisipasi dalam kegiatan sosial. Meskipun tidak selalu berbentuk uang, investasi ini merupakan "harga" yang signifikan dalam konteks kampanye.
- c. Harga Psikologis dan Sosial: Ini merujuk pada dampak psikologis dan sosial dari kampanye terhadap calon, seperti tekanan sosial, stres, atau dampak terhadap reputasi dan hubungan pribadi. Misalnya, calon mungkin harus menghadapi tantangan emosional atau sosial sebagai bagian dari proses kampanye, yang juga merupakan bentuk "harga" yang harus dibayar.

Harga psikologis, di sisi lain, mengacu pada persepsi dan kenyamanan psikologis pemilih. Ini mencakup bagaimana pemilih merasa terkait dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan, dan faktor-faktor pribadi lainnya dari seorang kandidat. Faktor-faktor ini memainkan peran penting dalam membentuk keterikatan emosional dan keyakinan pemilih terhadap kandidat.

Harga citra nasional berkaitan dengan kemampuan kandidat untuk memberikan citra positif bagi masyarakat. Ini mencakup apakah pemilih percaya bahwa kandidat tersebut dapat menjadi representasi yang membanggakan dan membawa nama baik bagi negara di kancah nasional dan internasional. Citra positif ini sangat penting karena mencerminkan

kepemimpinan yang kuat dan reputasi yang baik dimata publik.

d. Tempat (*place*)

*Place* dalam konteks *marketing* politik erat kaitannya dengan bagaimana sebuah institusi politik hadir dan mendistribusikan pesan mereka kepada pemilih atau calon pemilih. Institusi politik harus mampu mengidentifikasi dan memetakan struktur serta karakteristik masyarakat secara akurat. Pemetaan ini bisa dilakukan berdasarkan berbagai faktor, seperti geografis, demografis, dan preferensi politik pemilih.

Distribusi yang efektif berarti institusi politik tidak hanya berfokus pada lokasi fisik, tetapi juga mempertimbangkan saluran komunikasi yang paling sesuai untuk menjangkau setiap segmen masyarakat. Geografis mencakup pemetaan wilayah-wilayah tertentu untuk mengetahui di mana dukungan kuat atau lemah. Demografis melibatkan analisis kelompok berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, dan latar belakang sosial-ekonomi untuk menyesuaikan pesan yang relevan bagi masing-masing kelompok. Sedangkan preferensi politik membantu institusi memahami kecenderungan politik pemilih, sehingga strategi komunikasi bisa lebih tepat sasaran.

Dengan memahami dan memetakan faktor-faktor ini, institusi politik dapat mengembangkan strategi distribusi yang lebih efektif dan efisien, memastikan pesan mereka sampai ke audiens yang tepat dan meningkatkan keterlibatan serta dukungan dari masyarakat.

#### e. Segmentasi

Segmentasi sangat penting untuk mengidentifikasi karakteristik yang ada di setiap kelompok masyarakat. Hal ini dilakukan agar institusi politik dapat hadir di berbagai segmen pemilih dengan beragam karakteristik. Kehadiran sebuah institusi politik sering kali diartikan sebagai keberadaan fisiknya di tengah masyarakat, seperti melalui kunjungan ke daerah-daerah terpencil. Namun, yang lebih penting adalah sejauh mana institusi politik mampu menangani dan menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh berbagai lapisan masyarakat. Institusi politik harus mampu merancang program-program yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan semua segmen masyarakat untuk mendapatkan dukungan suara yang maksimal.

Ada tiga pendekatan dalam *marketing* politik untuk mencari dan mengembangkan dukungan selama proses kampanye politik. Pertama adalah *push-marketing*, di mana partai politik atau kandidat berupaya mendapatkan dukungan melalui berbagai stimulan yang diberikan kepada pemilih. Dalam pendekatan ini, masyarakat perlu diberi dorongan dan motivasi untuk pergi ke bilik suara dan memilih kontestan. Partai atau kandidat harus menyediakan alasan yang kuat, baik rasional maupun emosional, untuk memotivasi pemilih agar mendukung mereka.

Pendekatan kedua adalah *pass-marketing*, yang menggunakan individu atau kelompok yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini publik. Keberhasilan dalam menggalang massa sangat bergantung pada tim sukses. Semakin tepat pilihan influencer, semakin besar pengaruh

yang dihasilkan dalam mempengaruhi pendapat, keyakinan, dan pandangan masyarakat.<sup>22</sup>

Seperti yang dikatakan oleh Hafied, *marketing* politik selalu dimulai dengan pembentukan tim kerja yang dikenal sebagai tim sukses. Tim sukses terdiri dari tenaga-tenaga profesional yang sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing, seperti penasihat, tim riset, tim kampanye, tim penggalang massa, tim pengamat, dan tim pengumpul suara. Ketiga adalah *pull-marketing*, yang lebih berfokus pada pembentukan citra positif. Simbol dan citra politik dapat memiliki dampak yang signifikan, sehingga harus mampu membangkitkan sentimen positif di kalangan publik.

#### **1.6 Kerangka Pikir**

Berikut merupakan kerangka berpikir yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini.

---

<sup>22</sup> Cangara, Hafied. (2011). *Komunikasi politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Hal. 226



**Gambar 1.1 Kerangka Pikir**

### 1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini akan mengambil pendekatan kualitatif dengan fokus pada studi kasus tentang strategi kemenangan Indra Guntur dalam pilkades di Desa Muara Bahar, Kecamatan Bayung Lencir, Kabupaten Musi Banyuasin periode jabatan tahun 2022-2028. Populasi penelitian ini mencakup seluruh pemilih dan *stakeholder* terkait di Desa Muara Bahar. Sampel akan dipilih secara

*purposive*, dengan mempertimbangkan pemilih, tokoh masyarakat, dan anggota tim kampanye yang terlibat dalam strategi kemenangan Indra Guntur.

Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan Indra Guntur, tokoh masyarakat, anggota tim kampanye, dan pemilih yang memiliki pengalaman signifikan dalam Pilkades terkait. Data tambahan dapat diperoleh melalui analisis dokumen terkait, seperti laporan kampanye, berita lokal, dan dokumentasi resmi Pilkades. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi pola dan tren dalam strategi kemenangan yang digunakan oleh Indra Guntur. Hasil analisis ini akan digunakan untuk merinci dan menjelaskan strategi kemenangan yang paling efektif, serta faktor-faktor yang berkontribusi pada keberhasilannya.

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif mengutamakan pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti, menekankan pada interpretasi dan analisis kontekstual. Dalam konteks penelitian strategi kemenangan Indra Guntur dalam pilkades di Desa Muara Bahar, pendekatan kualitatif dianggap lebih sesuai karena penelitian ini bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam tentang strategi kemenangan, pandangan subjektif para aktor terkait, dan konteks sosial-politik lokal.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menjelajahi

dinamika sosial, hubungan antaraktor, dan faktor-faktor non-kuantitatif yang mungkin mempengaruhi strategi kemenangan. Wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen akan menjadi metode yang relevan dalam mengumpulkan data kualitatif yang diperlukan.

Keputusan menggunakan pendekatan kualitatif sejalan dengan tujuan penelitian yang lebih bersifat deskriptif dan eksploratif. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan gambaran yang kaya dan kontekstual tentang strategi kemenangan dalam Pilkadaes di Desa Muara Bahar pada periode tahun 2022-2028.

## **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Muara Bahar, Kecamatan Bayung Lencir, Kabupaten Musi Banyuasin, Sumatera Selatan, Indonesia. Desa Muara Bahar diharapkan memberikan wawasan yang mendalam tentang dinamika lokal, hubungan sosial, dan faktor-faktor khusus yang dapat mempengaruhi strategi kemenangan dalam Pilkadaes. Selain itu, pemilihan lokasi penelitian secara spesifik di suatu desa dapat memberikan konteks yang lebih terfokus dan relevan terhadap tujuan penelitian, memungkinkan peneliti untuk memahami secara rinci dinamika politik dan strategi kemenangan yang terjadi di tingkat lokal.

## **3. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam strategi kemenangan yang diterapkan oleh Indra Guntur dalam pilkades di Desa Muara Bahar, Kecamatan Bayung Lencir, Kabupaten Musi Banyuasin,

periode tahun 2022-2028. Pusat perhatian penelitian ini melibatkan analisis strategi politik, kampanye, dan upaya yang dilakukan oleh Indra Guntur untuk meraih dukungan dan memenangkan pilkades.

Faktor-faktor yang akan diteliti mencakup metode kampanye, komunikasi politik, hubungan dengan pemilih, keterlibatan masyarakat, dan strategi khusus lainnya yang mungkin menjadi kunci keberhasilan Indra Guntur dalam memenangkan pemilihan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga akan menggali pandangan subjektif dan persepsi para pemilih, tokoh masyarakat, dan anggota timkampanye terkait strategi yang diterapkan.

Dengan fokus pada strategi kemenangan Indra Guntur, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi hasil Pilkades di tingkat lokal. Analisis mendalam ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pengembangan pemahaman teoritis tentang dinamika politik lokal serta memberikan panduan praktis bagi pemimpin atau calon kepala desa di masa mendatang.

#### **4. Sumber Data**

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

##### **a. Data Primer**

Data Primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti langsung dari sumber asli. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan Indra Guntur, anggota tim kampanye, tokoh

masyarakat, dan pemilih yang memiliki pengalaman signifikan terkait strategi kemenangan dalam pilkades tersebut. Wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam dan rinci tentang pandangan, strategi, dan pengalaman langsung dari para responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh oleh peneliti melalui sumber perantara yang didapat dari buku-buku, artikel-artikel, jurnal, serta informasi dari berita ataupun langsung dari media sosial partai yang relevan dengan fokus penelitian.

## 5. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan adalah suatu proses pemilihan individu atau kelompok yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, atau pandangan yang relevan terhadap fenomena yang diteliti. Pada penelitian ini, teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, para informan dipilih oleh peneliti dengan pertimbangan serta kriteria tertentu yang telah ditetapkan sesuai dengan topik pada penelitian ini.<sup>23</sup> Para informan dipilih karena mereka dianggap mampu memberikan informasi serta data yang diperlukan oleh peneliti, informan yang akan menjadi sumber informasi dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>23</sup> Indrawan Rully dan Poppy Yaniawati. 2017. *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditam.

**Tabel 1.4 Informan penelitian**

No	Informan	Keterangan
1	Indra Guntur	Kepala Desa terpilih
2	Arpan	Anggota tim kampanye
3	Rohem	Anggota tim kampanye
4	Tama	Anggota tim kampanye
5	Ali Rom	Tokoh Masyarakat
6	Ardi	Tokoh Masyarakat
7	Angga	Masyarakat Desa Muara Bahar
8	Dandi	Masyarakat Desa Muara Bahar
9	Riki Ricardo	Masyarakat Desa Muara Bahar

Sumber : diolah oleh peneliti

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi.

### a. Wawancara

Teknik wawancara mendalam dengan Indra Guntur, anggota tim kampanye, anggota kampanye tim lawan, tokoh masyarakat, dan pemilih dapat memberikan pemahaman mendalam tentang strategi kemenangan.

### b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau rekaman peristiwa yang telah berlalu, dokumentasi biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Pada penelitian ini jenis dokumentasi yang akan dipakai merupakan dokumen rekap hasil perhitungan suara dari TPS.

## 7. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data merujuk pada pendekatan atau strategi yang digunakan untuk menyusun, mengorganisir, dan menginterpretasi data yang diperoleh dalam suatu penelitian. Analisis data merupakan tahap kritis dalam proses penelitian karena itulah saat di mana peneliti mengubah data mentah

menjadi informasi yang dapat memberikan pemahaman mendalam terhadap pertanyaan penelitian atau tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, penelitian ini akan mampu merinci dan menjelaskan secara mendalam strategi kemenangan Indra Guntur dalam pilkades di Desa Muara Bahar. Penekanan pada deskripsi dan interpretasi kontekstual memungkinkan peneliti untuk memahami kompleksitas fenomena politik yang terjadi dalam konteks lokal tersebut. Berikut merupakan tahapan dalam analisis data yang akan dilakukan.

a. Reduksi Data

Dalam fase reduksi data, data yang telah dikumpulkan dari wawancara, dan analisis dokumen akan diorganisasikan dan disederhanakan. Proses ini melibatkan identifikasi dan pengelompokan tematik utama yang muncul dari hasil penelitian. Pemilihan teknik analisis tematik akan membantu menyusun tema-tema yang relevan dengan strategi kemenangan Indra Guntur dalam pilkades. Langkah ini menjadi kunci untuk memfokuskan perhatian pada aspek-aspek yang paling signifikan, memudahkan langkah selanjutnya dalam analisis data.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan informasi dengan cara yang jelas dan informatif. Proses penyajian data melibatkan pembuatan tabel, grafik, atau visualisasi lainnya yang dapat memberikan gambaran yang komprehensif terhadap temuan utama. Dengan

menggunakan metode ini, informasi tentang strategi kemenangan Indra Guntur dapat diilustrasikan dengan cara yang mudah dipahami. Visualisasi data ini penting untuk memberikan gambaran yang kuat dan memberikan dukungan pada temuan-temuan penelitian.

### c. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, analisis mendalam terhadap data disajikan untuk merumuskan kesimpulan tentang strategi kemenangan Indra Guntur dalam pilkades. Kesimpulan ini melibatkan rangkuman pola yang muncul, evaluasi faktor-faktor kunci, dan penilaian dampak strategi tersebut terhadap hasil pemilihan. Penarikan kesimpulan menjadi tahap penutup yang menyatukan temuan-temuan penelitian dan memberikan gambaran keseluruhan tentang keberhasilan serta relevansi strategi yang diimplementasikan dalam konteks lokal Desa Muara Bahar.

## 8. Keabsahan Data/Triangulasi

Keabsahan data atau triangulasi adalah strategi untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber atau menggunakan berbagai metode pengumpulan data. Tujuan triangulasi adalah untuk membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.<sup>24</sup> Triangulasi sumber digunakan dalam penelitian ini melalui wawancara dengan Indra Guntur, anggota tim kampanye, pemilih, dan analisis dokumen kampanye dapat memberikan

---

<sup>24</sup> Moleong, Lexy J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal. 330

perspektif yang berbeda dan mendalam tentang strategi kemenangan. Dengan melakukan triangulasi ini, maka keabsahan data dapat ditingkatkan, memperkuat kepercayaan terhadap temuan, dan memberikan pemahaman yang lebih kaya tentang strategi kemenangan dalam konteks Pilkadaes di Desa Muara Bahar.