

ABSTRACT

Village head elections (pilkades) are one manifestation of the implementation of democracy at the local level. Pilkades is not just a process of electing the head of the village government, but also reflects the practice of local democracy that involves community participation in determining their leaders. Pilkades is an important arena for expressing the right to vote and the freedom to make choices that are in accordance with the people's conscience. Each candidate needs to develop an approach or strategy to gain community support. Therefore, this research aims to analyse the winning strategy applied by Indra Guntur in the Village Head Election (Pilkades) in Muara Bahar Village, Bayung Lencir Subdistrict, Musi Banyuasin Regency, for the period 2022-2028. The research method in this study is a qualitative approach with the population of this study includes all voters and related stakeholders in Muara Bahar Village. And then sampled purposively, by considering voters, community leaders, and campaign team members involved in Indra Guntur's winning strategy. Data collection techniques were conducted through interviews and documentation. The results of this study were analysed through political strategy and political marketing. The offensive strategy in Indra Guntur's campaign also focuses on proactively offering solutions and programmes that are relevant to the needs of the community. While the defensive strategy is carried out by maintaining good relations with all parties and ensuring that there are no major issues that can be used by opponents to attack. In addition, political marketing is divided into several, the first product in this case the products offered in the campaign are several infrastructure development programmes such as improving village roads and health facilities. Second, the promotion strategy carried out is promotion through social media such as Facebook and WhatsApp. Third, price in this case the strategy is related to the commitment, responsibility, dedication of the candidate in listening to complaints and ensuring the programme to be implemented. Finally, the place strategy in this case the candidate's campaign is carried out in places that are easily accessible and visited by the community such as village halls, markets and other public places.

Keywords: *Election, Head, Strategy, Victory, Village Pilkades*

ABSTRAK

Pemilihan Kepala Desa (pilkades) menjadi salah satu manifestasi dari pelaksanaan demokrasi di tingkat lokal. Pilkades bukan sekadar proses pemilihan kepala pemerintahan desa, tetapi juga mencerminkan praktik demokrasi lokal yang melibatkan partisipasi masyarakat dalam menentukan pemimpin mereka. Pilkades menjadi ajang penting untuk mengekspresikan hak pilih dan kebebasan menentukan pilihan yang sesuai nurani rakyat. Setiap calon perlu mengembangkan pendekatan atau strategi untuk memperoleh dukungan masyarakat. Sehingga penelitian ini bertujuan 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. Metode penelitian dalam penelitian ini pendekatan kualitatif dengan populasi penelitian ini mencakup seluruh pemilih dan stakeholder terkait di Desa Muara Bahar. Dan kemudian disampelkan secara purposive, dengan mempertimbangkan pemilih, tokoh masyarakat, dan anggota tim kampanye yang terlibat dalam strategi kemenangan Indra Guntur. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini dianalisis melalui strategi politik dan marketing politik. Strategi ofensif dalam kampanye Indra Guntur juga berfokus pada penawaran solusi dan program-program yang relevan dengan kebutuhan masyarakat secara proaktif. Sementara Strategi defensif dilakukan dengan menjaga hubungan baik dengan semua pihak dan memastikan bahwa tidak ada isu besar yang bisa dimanfaatkan oleh lawan untuk menyerang. Selain itu pada marketing politik terbagi menjadi beberapa, pertama produk dalam hal ini produk yang ditawarkan dalam kampanye adalah beberapa program pembangunan infrastruktur seperti perbaikan jalan desa dan fasilitas kesehatan. Kedua, promosi strategi yang dilakukan adalah promosi melalui media sosial seperti Facebook dan WhatsApp. Ketiga, harga dalam hal ini strategi berkaitan dengan komitmen, tanggung jawab, dedikasi calon dalam menegakkan keluhan dan memastikan program yang akan dijalankan. Terakhir berkaitan dengan strategi tempat dalam hal ini kampanye calon dilakukan di tempat yang mudah dijangkau dan dikunjungi masyarakat seperti balai desa, pasar dan tempat umum lainnya.

Kata Kunci : Kemenangan, Kepala Desa, Pemilihan, Pilkades, Strategi