

BAB III

ISI DAN PEMBAHASAN

Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) tahun 2023 menjadi salah satu agenda penting dalam sistem demokrasi di Indonesia, khususnya di tingkat pemerintahan desa. Sebagai bagian dari pelaksanaan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, Pilkades merupakan wujud nyata dari prinsip demokrasi langsung, di mana masyarakat desa diberikan hak penuh untuk memilih pemimpin yang mereka anggap mampu mengelola pemerintahan desa dengan baik. Pilkades ini menjadi semakin menarik karena dilaksanakan secara serentak di berbagai daerah, sehingga menjadi ajang kompetisi politik yang tidak hanya melibatkan calon kepala desa tetapi juga seluruh elemen masyarakat desa.

Partisipasi perempuan dalam pemilihan kepala desa tahun 2023 menunjukkan bahwa paradigma kepemimpinan di tingkat desa mulai mengalami perubahan. Dalam berbagai daerah, perempuan mulai berani mencalonkan diri sebagai kepala desa, meskipun harus menghadapi berbagai tantangan, seperti stereotip gender, resistensi budaya, serta anggapan bahwa kepemimpinan adalah ranah laki-laki. Dalam banyak masyarakat pedesaan di Indonesia, pemimpin masih diidentikkan dengan figur laki-laki yang dianggap lebih tegas, rasional, dan memiliki kapasitas dalam mengelola pemerintahan. Sementara itu, perempuan sering kali dianggap lebih cocok dalam peran domestik atau sosial kemasyarakatan, bukan dalam posisi strategis seperti kepala desa.

Meskipun demikian, semakin banyak perempuan yang berhasil memenangkan Pilkades 2023, termasuk di daerah dengan budaya patriarki yang masih kuat.

Keberhasilan perempuan dalam Pilkades tidak hanya membuktikan bahwa mereka memiliki kapasitas kepemimpinan yang setara dengan laki-laki, tetapi juga menunjukkan adanya perubahan pola pikir di masyarakat. Salah satu faktor yang mendukung kemenangan perempuan dalam Pilkades adalah pendekatan kampanye yang lebih personal, partisipatif, serta fokus pada isu-isu kesejahteraan sosial. Perempuan calon kepala desa sering kali lebih dekat dengan masyarakat, terutama kelompok ibu-ibu dan komunitas lokal, yang menjadi basis dukungan utama mereka dalam pemilihan.

Salah satu contoh nyata dari keberhasilan perempuan dalam Pilkades 2023 adalah Nurmasi Sihombing di Desa Lumban Sihite, Kecamatan Lae Parira, Kabupaten Dairi, Sumatera Utara. Dalam pemilihan yang diwarnai persaingan ketat, Nurmasi Sihombing berhasil mengatasi berbagai hambatan dengan menerapkan strategi kemenangan yang efektif. Sebagai seorang perempuan di lingkungan yang masih kental dengan sistem patriarki, ia harus berjuang lebih keras untuk meyakinkan masyarakat bahwa kepemimpinan perempuan dapat membawa perubahan yang positif bagi desa. Salah satu strategi utama yang ia gunakan adalah membangun relasi sosial yang kuat, baik dengan tokoh adat, pemimpin agama, maupun kelompok-kelompok masyarakat yang berpengaruh di desa. Dengan mengedepankan pendekatan kekeluargaan dan keterbukaan dalam menyampaikan visi misinya, ia mampu mendapatkan dukungan yang luas dari berbagai lapisan masyarakat.

3.1 Strategi Pemenangan Nurmasi Sihombing

Strategi politik merupakan serangkaian rencana, metode, dan taktik yang

digunakan oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan politik tertentu, baik dalam pemilihan umum, kebijakan publik, maupun pengelolaan pemerintahan. Dalam kajian ilmu politik, strategi politik menjadi alat penting dalam persaingan politik untuk memperoleh dan mempertahankan kekuasaan.

Secara etimologis, istilah "strategi" berasal dari bahasa Yunani, yaitu "strategos," yang berarti seni memimpin pasukan dalam peperangan. Dalam konteks politik, strategi tidak hanya mencakup kampanye pemilihan, tetapi juga bagaimana pemimpin politik membangun citra, memobilisasi dukungan, dan mengelola isu-isu politik.

Menurut Peter Schroder, strategi politik merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh kekuasaan guna mewujudkan tujuan politik. Grant menekankan bahwa strategi adalah metode atau cara yang digunakan untuk memenangkan persaingan. Sedangkan menurut Siagian, strategi melibatkan keputusan serta tindakan yang disusun oleh pemimpin dan dijalankan oleh anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini strategi yang digunakan oleh Nurmasi Sihombing, yakni strategi ofensif sebagaimana yang dijelaskan Peter Schroder, yaitu:

3.1.1 Strategi Kampanye Tatap Muka

Dalam strategi kampanye tatap muka, Nurmasi Sihombing secara aktif menjalin komunikasi langsung dengan masyarakat sebagai upaya untuk membangun kedekatan dan meningkatkan kepercayaan warga terhadap kepemimpinannya. Kampanye ini dilakukan melalui berbagai kegiatan, seperti menghadiri pertemuan warga, mengikuti acara sosial dan keagamaan, serta

mengadakan diskusi terbuka di berbagai tempat strategis di desa. Dengan menghadiri langsung kegiatan-kegiatan masyarakat, ia berusaha menunjukkan komitmennya dalam mendengarkan aspirasi serta memahami permasalahan yang dihadapi oleh warga secara lebih mendalam.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan kepala desa yang menyatakan bahwa:

"Kami memilih kampanye tatap muka karena cara ini lebih efektif untuk membangun hubungan langsung dengan masyarakat. Dengan bertemu dan berinteraksi secara langsung, warga bisa mengenal Bu Nurmasi lebih dekat serta merasa lebih leluasa dalam menyampaikan keluhan dan harapan mereka."⁴⁶

Selain itu, dalam setiap kesempatan tatap muka, Nurmasi tidak hanya menyampaikan visi dan misinya secara jelas, tetapi juga memberikan penjelasan konkret mengenai program kerja yang akan dijalankannya apabila terpilih sebagai kepala desa. Ia menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh seluruh lapisan warga, termasuk mereka yang memiliki tingkat pendidikan rendah. Pendekatan ini membuat masyarakat merasa lebih dihargai dan diperhatikan, serta memberikan ruang bagi mereka untuk berdialog secara langsung dengan calon pemimpin mereka.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan tim sukses yang menyatakan bahwa:

"Kami memastikan Bu Nurmasi berbicara dengan bahasa yang sederhana dan langsung ke inti pembahasan. Dalam setiap pertemuan, kami menggunakan contoh konkret yang mudah dipahami oleh masyarakat. Selain itu, kami juga mengadakan diskusi kecil agar warga bisa bertanya langsung dan mendapatkan penjelasan lebih jelas jika ada hal yang masih

⁴⁶ Wawancara Bersama Nurmasi Sihombing (Kepala Desa Lumban Sihite) Pada Tanggal 03 Februari 2025.

kurang dipahami."⁴⁷

Dalam kampanye tatap muka ini, Nurmasi juga melibatkan tokoh adat, pemuka agama, serta pemimpin komunitas lokal sebagai jembatan komunikasi antara dirinya dan masyarakat luas. Dengan menggandeng figur-figur yang memiliki pengaruh di desa, ia dapat memperkuat legitimasi kampanyenya sekaligus memastikan bahwa pesan politiknya dapat tersampaikan secara lebih efektif. Melalui strategi kampanye tatap muka yang intensif dan berorientasi pada keterlibatan langsung masyarakat, Nurmasi berhasil membangun citra kepemimpinan yang dekat dengan rakyat, transparan, dan mampu membawa perubahan bagi Desa Lumban Sihite.

Selain membangun komunikasi, strategi kampanye tatap muka yang diterapkan oleh Nurmasi Sihombing juga mencakup partisipasi aktif dalam kegiatan sosial dan budaya desa. Ia secara rutin menghadiri acara adat, gotong royong, serta pertemuan kelompok tani dan organisasi perempuan, di mana ia tidak hanya sekadar hadir sebagai calon kepala desa, tetapi juga terlibat langsung dalam aktivitas tersebut.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan Tim Sukses yang menyatakan bahwa:

"Jauh sebelum mencalonkan diri, Bu Nurmasi sudah aktif dalam berbagai kegiatan sosial di desa. Keterlibatannya bukan sekadar strategi kampanye, melainkan bagian dari kebiasaannya sehari-hari. Warga mengenalnya sebagai seseorang yang sudah lama berkontribusi, sehingga mereka percaya pada ketulusannya."⁴⁸

Dalam setiap pertemuan, Nurmasi selalu menekankan pentingnya

⁴⁷ Wawancara Bersama Parden Manalu (tim sukses) Pada Tanggal 06 Februari 2025.

⁴⁸ Ibid.

transparansi dan akuntabilitas dalam pemerintahan desa, yang menjadi salah satu nilai utama dalam visi dan misinya. Ia berupaya meyakinkan masyarakat bahwa kepemimpinannya akan mengedepankan keterbukaan dalam pengelolaan anggaran desa serta melibatkan masyarakat dalam setiap proses pengambilan keputusan. Dengan demikian, masyarakat merasa memiliki peran dalam menentukan arah pembangunan desa dan semakin percaya terhadap komitmen Nurmasi untuk membawa perubahan positif.

Untuk memastikan kampanye tatap muka berjalan efektif, Nurmasi juga melibatkan tokoh masyarakat, pemuka agama, dan pemimpin komunitas sebagai jembatan komunikasi antara dirinya dan masyarakat luas. Kehadiran figur-figur berpengaruh ini membantu memperkuat legitimasi kampanyenya serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kepemimpinannya. Dengan dukungan dari berbagai elemen desa, pesan politik yang ia bawa menjadi lebih mudah diterima oleh warga.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan kepala desa yang menyatakan bahwa:

“Saya percaya bahwa mereka memiliki pengaruh besar dalam kehidupan sosial masyarakat. Dengan menggandeng mereka, saya bisa menjangkau lebih banyak warga dan memastikan bahwa pesan serta program kerja saya diterima dengan baik. Mereka juga membantu menjembatani komunikasi antara saya dan masyarakat, sehingga aspirasi warga bisa lebih mudah tersampaikan”⁴⁹

⁴⁹ Wawancara Bersama Nurmasi Sihombing (Kepala Desa Lumban Sihite) Pada Tanggal 03 Februari 2025.

Gambar 3.1.1 Ibadah bersama untuk pemenangan Nurmasi Sihombing



Strategi tatap muka juga menekankan keterbukaan dan transparansi. Dalam setiap pertemuan, Nurmasi selalu menegaskan pentingnya partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa dan pengelolaan anggaran. Ia ingin membangun pemerintahan desa yang inklusif, di mana setiap warga memiliki kesempatan untuk berkontribusi dalam pengambilan keputusan. Pendekatan ini mendapatkan sambutan positif dari masyarakat, karena mereka merasa lebih dihargai dan dilibatkan dalam menentukan arah pembangunan desa.

Melalui strategi kampanye tatap muka yang intensif dan berorientasi pada keterlibatan langsung masyarakat, Nurmasi Sihombing berhasil membangun citra sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat, transparan, dan siap bekerja untuk kepentingan bersama. Pendekatan ini menjadi salah satu faktor utama yang mendorong keberhasilannya dalam memenangkan pemilihan kepala desa di

Lumban Sihite, sekaligus menjadi bukti bahwa komunikasi langsung dengan masyarakat masih menjadi strategi politik yang sangat efektif.

Pendekatan tatap muka yang dilakukan oleh Nurmasi juga disertai dengan metode komunikasi yang inklusif, di mana ia tidak hanya berinteraksi dengan kelompok masyarakat yang sudah memiliki akses informasi yang baik, tetapi juga menjangkau kelompok-kelompok yang sering terpinggirkan, seperti perempuan, petani kecil, dan pekerja informal. Ia secara aktif mendengarkan keluhan serta kebutuhan mereka dan menjadikan masukan dari masyarakat sebagai bahan untuk menyusun kebijakan yang lebih berpihak kepada seluruh lapisan masyarakat.

Selain itu, dalam setiap interaksi dengan warga, Nurmasi menggunakan gaya komunikasi yang sederhana, santun, dan penuh empati, sehingga masyarakat merasa lebih nyaman untuk menyampaikan pendapat mereka. Pendekatan ini memungkinkan adanya dialog dua arah yang produktif, di mana masyarakat tidak hanya mendengarkan program kerja calon kepala desa, tetapi juga merasa didengar dan dihargai pendapatnya. Strategi ini terbukti efektif dalam membangun kedekatan emosional dengan masyarakat serta meningkatkan tingkat keterlibatan warga dalam proses pemilihan.

Dengan mengutamakan strategi kampanye tatap muka yang berbasis pada komunikasi terbuka, transparansi, dan keterlibatan langsung dalam kehidupan sosial masyarakat, Nurmasi Sihombing berhasil membangun citra sebagai pemimpin yang peduli, responsif, dan siap bekerja untuk kepentingan bersama. Strategi ini menjadi salah satu faktor utama yang mendorong keberhasilannya dalam memenangkan pemilihan kepala desa di Desa Lumban Sihite.

3.1.2 Strategi *Door to Door*

Dalam upaya memenangkan pemilihan kepala desa di Lumban Sihite, Nurmasi Sihombing menerapkan strategi *door to door*, yaitu strategi kampanye yang dilakukan dengan mendatangi rumah-rumah warga secara langsung untuk berinteraksi dan menyampaikan visi, misi, serta program kerja yang diusungnya. Pendekatan ini menjadi salah satu strategi yang paling efektif karena memungkinkan adanya komunikasi yang lebih personal dan mendalam antara calon kepala desa dengan masyarakat.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan Tim Sukses yang menyatakan bahwa:

“Kami memilih strategi ini karena lebih efektif dalam membangun komunikasi yang lebih dekat dengan masyarakat. Dengan bertemu langsung, Bu Nurmasi bisa memahami secara langsung permasalahan warga dan menjelaskan programnya dengan lebih jelas.”⁵⁰

Strategi *door to door* yang dilakukan oleh Nurmasi bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan warga serta memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengenal calon pemimpin mereka secara lebih langsung. Dengan mengunjungi rumah warga satu per satu, ia dapat berbicara secara lebih santai dan terbuka mengenai berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat, seperti masalah infrastruktur desa, pertanian, pelayanan publik, dan kesejahteraan sosial. Dengan mendengar langsung keluhan dan aspirasi warga, ia

⁵⁰ Wawancara Bersama Parden Manalu (Tim Sukses) Pada Tanggal 06 Februari 2025.

dapat menyusun program kerja yang lebih sesuai dengan kebutuhan nyata masyarakat.

Selain itu, melalui kampanye door to door, Nurmasi Sihombing juga dapat menjangkau kelompok masyarakat yang mungkin tidak memiliki akses luas terhadap informasi politik, seperti lansia, ibu rumah tangga, serta masyarakat yang tinggal di daerah terpencil. Dalam setiap kunjungannya, ia memastikan bahwa setiap warga diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapat dan harapannya terkait pemerintahan desa ke depan. Pendekatan ini tidak hanya membangun rasa kepercayaan masyarakat terhadap dirinya, tetapi juga menciptakan kedekatan emosional yang memperkuat loyalitas pemilih.

Dalam melaksanakan strategi door to door, Nurmasi juga menggandeng tim sukses serta para relawan yang memiliki kedekatan dengan berbagai kelompok masyarakat di desa. Dengan melibatkan orang-orang yang sudah dikenal dan dipercaya oleh warga, ia dapat mempercepat proses sosialisasi serta memastikan bahwa pesan kampanyenya dapat diterima dengan baik. Tim sukses yang turut mendampingi dalam kunjungan ke rumah-rumah warga juga berperan dalam memberikan penjelasan tambahan terkait program kerja yang ditawarkan, sehingga masyarakat dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang visi kepemimpinan Nurmasi.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan Kepala desa yang menyatakan bahwa:

“Tim sukses dan relawan sangat berperan dalam membangun kepercayaan warga. Karena mereka sudah dikenal oleh masyarakat, penyampaian pesan

kampanye jadi lebih mudah diterima.”⁵¹

Salah satu keunggulan dari strategi ini adalah kemampuannya dalam menciptakan interaksi yang lebih intim dan langsung tanpa perantara. Warga dapat bertanya langsung kepada Nurmasi mengenai berbagai aspek kepemimpinannya, dan ia dapat menjawab dengan lugas serta memberikan solusi yang konkret. Pendekatan ini mencerminkan transparansi serta keterbukaan Nurmasi dalam menjalankan pemerintahan desa, yang menjadi salah satu nilai utama yang ia usung dalam kampanyenya.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan tim sukses yang menyatakan bahwa:

“Banyak warga yang merasa lebih percaya karena mereka bisa langsung bertanya dan mendapatkan jawaban tanpa basa-basi. Ini membuat mereka yakin bahwa Nurmasi adalah pemimpin yang jujur dan terbuka.”⁵²

Selain sebagai sarana untuk memperkenalkan program kerja, strategi *door to door* juga digunakan sebagai alat untuk meyakinkan para pemilih yang masih ragu dalam menentukan pilihan mereka. Dengan berbicara secara langsung dan menunjukkan kepeduliannya terhadap permasalahan masyarakat, Nurmasi mampu meyakinkan banyak warga untuk mendukungnya dalam pemilihan kepala desa. Kedekatan yang terjalin dari kunjungan rumah ke rumah ini menjadi faktor kunci dalam memperluas basis dukungannya, terutama dari kelompok pemilih yang sebelumnya belum memutuskan pilihannya.

Dengan mengutamakan interaksi langsung dan pendekatan personal melalui strategi *door to door*, Nurmasi Sihombing berhasil membangun kepercayaan serta

⁵² Wawancara Bersama Parden Manalu (Tim Sukses) Pada Tanggal 06 Februari 2025

memperluas dukungan dari masyarakat. Strategi ini terbukti menjadi salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap kemenangannya dalam pemilihan kepala desa di Lumban Sihite, menunjukkan bahwa kepemimpinan yang dekat dengan rakyat serta responsif terhadap kebutuhan masyarakat adalah kunci dalam memenangkan hati pemilih.

Selain itu, strategi ini juga memungkinkan Nurmasi untuk mengidentifikasi secara langsung berbagai permasalahan di desa yang mungkin luput dari perhatian. Dengan mengunjungi rumah-rumah warga, ia dapat melihat kondisi infrastruktur, akses air bersih, serta berbagai fasilitas umum yang masih perlu dibenahi. Informasi ini menjadi bekal berharga bagi dirinya dalam merancang kebijakan yang lebih tepat sasaran jika terpilih sebagai kepala desa.

Di sisi lain, pendekatan *door to door* juga memberikan efek psikologis yang positif bagi masyarakat. Banyak warga yang merasa dihargai karena calon pemimpin mereka bersedia datang langsung dan mendengar aspirasi mereka. Hal ini menciptakan rasa memiliki terhadap proses demokrasi di tingkat desa, di mana masyarakat merasa lebih berperan dalam menentukan arah kepemimpinan desa mereka. Rasa kedekatan ini juga berdampak pada meningkatnya loyalitas dan dukungan masyarakat terhadap Nurmasi Sihombing.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan kepala desa bahwa:

“Tim sukses memiliki peran yang sangat penting dalam kampanye ini. Mereka adalah perpanjangan tangan saya untuk menjangkau lebih banyak warga. Saya selalu berkomunikasi intens dengan mereka, memberikan arahan yang jelas tentang visi dan misi saya, serta memastikan mereka menyampaikan informasi yang akurat kepada masyarakat. Dengan adanya tim sukses yang solid, strategi *door to door* ini bisa berjalan lebih efektif”⁵³

⁵³ Wawancara Bersama Nurmasi Sihombing (Kepala Desa Lumban Sihite) Pada Tanggal 03 Februari 2025

Efektivitas strategi *door to door* juga semakin diperkuat dengan keterlibatan tim sukses yang memiliki kedekatan dengan berbagai kelompok masyarakat. Tim sukses tidak hanya berperan dalam mengatur jadwal kunjungan, tetapi juga membantu menyampaikan pesan kampanye kepada warga yang mungkin tidak sempat bertemu langsung dengan Nurmasi. Mereka juga memastikan bahwa setiap rumah yang dikunjungi mendapatkan informasi yang cukup mengenai program kerja yang diusung, sehingga masyarakat memiliki gambaran yang lebih jelas sebelum menentukan pilihan mereka.

Dengan pendekatan *door to door* yang konsisten dan terencana, Nurmasi Sihombing membuktikan bahwa kampanye yang berorientasi pada interaksi langsung dengan masyarakat masih menjadi strategi politik yang sangat efektif. Keberhasilannya dalam memenangkan pemilihan kepala desa di Lumban Sihite menunjukkan bahwa kepemimpinan yang hadir di tengah masyarakat, memahami kebutuhan mereka, dan menawarkan solusi nyata, adalah kunci utama dalam memenangkan kepercayaan publik.

3.1.3 Strategi Pemanfaatan Media Sosial

Dalam upaya memenangkan pemilihan kepala desa di Lumban Sihite, Nurmasi Sihombing menerapkan strategi pemanfaatan media sosial sebagai salah satu sarana utama dalam kampanye politiknya. Pemanfaatan media sosial bertujuan untuk memperluas jangkauan kampanye, meningkatkan interaksi dengan masyarakat, serta menyebarkan informasi mengenai visi, misi, dan program kerja yang diusungnya secara lebih efektif dan efisien.

Hal ini diperoleh sebagaimana hasil wawancara dengan Nurmasi

Sihombing,

“saya memilih media sosial karena penggunaannya yang mudah dan jangkauannya yang luas. Saat ini, masyarakat desa, baik yang muda maupun yang tua, sudah banyak menggunakan platform seperti Facebook dan WhatsApp untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Ini menjadi peluang besar bagi kami untuk menjangkau lebih banyak pemilih dengan cara yang lebih cepat dan efisien”.⁵⁴

Sejalan dengan pernyataan Nurmasi Sihombing, salah satu tim sukses nya juga mengatakan hal yang sama yakni:

“kami tim sukses dan ibu Nurmasi Sihombing memandang media sosial menjadi tempat penyampain informasi yang paling efektif, dan dapat menjangkau luas, sehingga informasi dapat tersampaikan kemasyarakat desa. Juga, hampir seluruh masyarakat desa Lumban Sihite mempunyai smart phone yang ini sangat mendukung dilakukannya kampanye lewat media sosial.”.⁵⁵

Sebagai bagian dari strategi ofensif yang bertujuan untuk menjangkau lebih banyak pemilih, Nurmasi menggunakan platform media sosial seperti Facebook dan WhatsApp, yang merupakan media komunikasi paling populer di kalangan masyarakat desa. Melalui Facebook, ia secara rutin membagikan berbagai konten kampanye, seperti video pengenalan diri, rekaman kegiatan sosialisasi, infografis mengenai program kerja, serta testimoni dari masyarakat yang mendukungnya. Dengan cara ini, ia dapat memberikan informasi yang lebih komprehensif mengenai gagasan dan kebijakan yang ingin ia jalankan jika terpilih sebagai kepala desa.

Selain itu, WhatsApp digunakan sebagai sarana komunikasi langsung dengan masyarakat, baik melalui pesan pribadi maupun dalam grup-grup komunitas desa. Dalam grup WhatsApp, Nurmasi dan tim suksesnya aktif berinteraksi dengan

⁵⁴ Wawancara Bersama Nurmasi Sihombing (Kepala Desa Lumban Sihite) Pada Tanggal 03 Februari 2025

⁵⁵ Wawancara Bersama Onejuli Pakpahan (Tim Sukses) Pada Tanggal 08 Februari 2025.

warga, menjawab pertanyaan terkait program kampanye, serta menampung masukan dan aspirasi masyarakat. Melalui strategi ini, komunikasi antara calon kepala desa dan masyarakat menjadi lebih cepat dan efisien, tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan tim sukses yang menyatakan bahwa:

“Kami memilih Facebook dan WhatsApp sebagai platform utama dalam kampanye karena kedua aplikasi ini sudah banyak digunakan oleh masyarakat desa dalam kehidupan sehari-hari. Facebook sangat efektif untuk menyebarkan informasi dalam berbagai format, seperti tulisan, gambar, dan video, sehingga kami dapat membagikan infografis, video perkenalan diri, serta dokumentasi kegiatan kampanye secara lebih luas. Sementara itu, WhatsApp memiliki sifat yang lebih personal, memungkinkan kami untuk berkomunikasi langsung dengan warga melalui grup komunitas dan pesan pribadi, serta menanggapi pertanyaan mereka dengan lebih cepat dan efisien.”⁵⁶

Gambar 3.1.3.1 Flyer Nurmasi Sihombing



⁵⁶ Wawancara Bersama Parden Manalu (tim sukses) Pada Tanggal 06 Februari 2025

Salah satu keuntungan utama dari pemanfaatan media sosial dalam kampanye Nurmasi Sihombing adalah kemampuannya untuk menjangkau segmen pemilih yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih aktif menggunakan internet dibandingkan metode kampanye konvensional. Dengan membagikan informasi kampanye dalam format yang menarik dan mudah dipahami, Nurmasi berhasil menarik perhatian kaum muda dan mengajak mereka untuk lebih terlibat dalam proses politik di desa. Generasi muda yang memiliki kesadaran digital yang tinggi juga turut membantu menyebarkan pesan kampanye ke keluarga dan lingkungan sekitar mereka, sehingga dampak kampanye dapat menjangkau lebih banyak pemilih.

Selain itu, media sosial juga memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan tanpa biaya besar, dibandingkan dengan metode kampanye tradisional seperti pemasangan spanduk atau penyebaran selebaran. Dengan menggunakan media sosial, Nurmasi dapat menghemat anggaran kampanye namun tetap mampu menyampaikan pesan secara luas dan efektif. Hal ini menjadi strategi yang sangat relevan, mengingat keterbatasan sumber daya ekonomi yang dimiliki oleh calon kepala desa dibandingkan dengan kandidat lain yang mungkin memiliki modal politik lebih besar.

Strategi pemanfaatan media sosial juga digunakan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam kampanye. Dengan adanya dokumentasi kegiatan kampanye yang diunggah secara rutin, masyarakat dapat melihat secara langsung bagaimana Nurmasi terlibat aktif dalam berbagai kegiatan desa serta komitmennya terhadap pembangunan dan kesejahteraan warga. Ini membangun

kepercayaan masyarakat terhadap kepemimpinannya dan memberikan keyakinan bahwa ia benar-benar peduli terhadap kemajuan desa.

Dengan memanfaatkan media sosial secara maksimal, Nurmasi Sihombing tidak hanya berhasil memperluas basis dukungannya, tetapi juga membangun citra sebagai pemimpin yang modern, terbuka, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Strategi ini menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilannya memenangkan pemilihan kepala desa di Lumban Sihite, karena ia mampu mengombinasikan metode kampanye tradisional dengan teknologi digital untuk menciptakan komunikasi politik yang lebih efektif dan inklusif.

3.2 Relasi Sosial Nurmasi Sihombing

3.2.1 Modal Sosial Nurmasi Sihombing

Modal sosial dalam budaya Batak yang patriarki memiliki pengaruh besar terhadap dinamika sosial, termasuk dalam konteks kepemimpinan perempuan. Budaya Batak masih kental dengan sistem patriarki, di mana garis keturunan dan warisan sosial lebih mengutamakan laki-laki. Struktur adat dan aturan sosial menempatkan pria sebagai pemimpin utama dalam keluarga dan masyarakat yang berarti hak-hak utama dalam warisan, kepemimpinan, dan pengambilan keputusan cenderung diberikan kepada laki-laki. Perempuan, meskipun memiliki peran penting dalam rumah tangga dan ekonomi.

Perempuan sering kali dipandang sebagai pendukung daripada pemegang kendali utama. Sistem ini juga tercermin dalam kepemimpinan politik dan sosial, di mana dominasi laki-laki terlihat jelas dalam jabatan formal, termasuk kepala desa. Budaya patriarki ini tidak hanya didukung oleh norma adat tetapi juga oleh

modal sosial, di mana jaringan hubungan dan kepercayaan lebih banyak dibangun di sekitar figur laki-laki.

Namun, dalam beberapa dekade terakhir, budaya patriarki dalam masyarakat Batak mulai mengalami perubahan. Globalisasi, pendidikan, serta meningkatnya kesadaran akan kesetaraan gender telah memberikan ruang lebih besar bagi perempuan untuk berpartisipasi dalam berbagai sektor, termasuk politik. Seperti yang terlihat dalam kasus Nurma Sihombing dalam pemilihan kepala desa di Lumban Sihite, perempuan kini mulai memperoleh legitimasi dalam kepemimpinan Sebagai Sekretaris Desa selama 7 tahun, beliau telah banyak berperan dalam pemerintahan desa. Masyarakat melihat langsung bagaimana beliau bekerja, mengelola administrasi desa, dan membantu kepala desa sebelumnya dalam menjalankan program pembangunan. Itu sebabnya, ketika ia mencalonkan diri sebagai kepala desa, masyarakat tidak hanya melihat bahwa ia seorang perempuan, tetapi lebih kepada pengalamannya dan dedikasinya selama bertahun-tahun di pemerintahan desa.

Hal ini terbukti dengan hasil wawancara dengan tokoh masyarakat di desa Lumban sihite menyatakan bahwa:

“Secara tradisional, adat Batak memang lebih banyak memberi peran kepemimpinan kepada laki-laki. Namun, seiring perkembangan zaman, masyarakat mulai menerima bahwa kepemimpinan tidak hanya ditentukan oleh gender, tetapi juga oleh kemampuan dan pengalaman”⁵⁷

Anggapan ini juga dibenarkan oleh salah satu masyarakat Lumban sihite yang menyatakan:

⁵⁷ Wawancara Bersama Bahrumun Sihombing (Tokoh Masyarakat) Pada Tanggal 10 Februari 2025

“Saya lebih memilih pemimpin berdasarkan visi dan misinya, bukan gendernya. Yang penting, pemimpin itu bisa membawa perubahan, peduli dengan masyarakat, dan menjalankan program yang bermanfaat. Kalau visi dan misinya jelas serta sesuai dengan kebutuhan desa, saya akan mendukung, mau itu laki-laki atau perempuan.”⁵⁸

Keberhasilannya tidak hanya menunjukkan bahwa norma lama mulai bergeser tetapi juga bahwa masyarakat semakin menilai pemimpin berdasarkan kompetensi daripada gender. Pendapat para ketua adat dan wawancara dengan masyarakat umum juga mengungkapkan bahwa, meskipun budaya patriarki masih ada, kini tidak lagi menjadi patokan utama dalam menentukan kepemimpinan. Perempuan yang memiliki modal sosial kuat, seperti hubungan baik dengan masyarakat, rekam jejak, serta kemampuan komunikasi yang baik, dapat bersaing dan bahkan memenangkan kepercayaan publik.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan tokoh masyarakat yang menyatakan bahwa:

"Kalau masyarakat sudah percaya, sudah melihat kerja nyatanya, maka tidak peduli laki-laki atau perempuan, yang dipilih pasti yang dianggap mampu. Sekarang banyak perempuan yang terlibat dalam organisasi, punya jaringan sosial yang luas, dan memiliki pengalaman dalam pemerintahan desa. Itu membuat masyarakat lebih terbuka terhadap kepemimpinan perempuan."⁵⁹

Selanjutnya hasil wawancara dengan Masyarakat desa yang menyatakan bahwa:

“Dulu mungkin orang lebih percaya kalau laki-laki lebih pantas jadi pemimpin, tapi sekarang sudah banyak perempuan yang terbukti bisa

⁵⁸ Wawancara Bersama Rina Simbolon (Masyarakat Desa) Pada Tanggal 16 Februari 2025

⁵⁹ Wawancara Bersama Bahrumun Sihombing (Tokoh Masyarakat) Pada Tanggal 10 Februari 2025

memimpin dengan baik. Contohnya, Bu Nurmasi Sihombing, meskipun perempuan, dia sudah berpengalaman sebagai Sekdes dan tahu bagaimana mengurus desa. Jadi, bagi saya, yang penting bukan laki-laki atau perempuan, tapi apakah dia bisa bekerja untuk kebaikan masyarakat.”⁶⁰

Ketika Nurmasi Sihombing terpilih, itu artinya masyarakat sudah menerima bahwa kepemimpinan perempuan juga bisa membawa kemajuan. Ini menjadi bukti bahwa adat Batak tidak menutup kemungkinan bagi perempuan untuk memimpin, selama ia mampu dan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Yang terpenting, sebagai pemimpin, ia harus tetap berpegang pada nilai-nilai budaya Batak: jujur, adil, dan mengayomi masyarakat. Jika itu dijaga, maka adat akan tetap mendukung kepemimpinannya.

3.2.2 Modal Politik Nurmasi Sihombing

Nurmasi Sihombing memulai perjalanan kariernya dengan bekerja di dunia media dan percetakan, di mana pada tahun 1992 hingga 1994 ia bekerja sebagai penata berita di Media Koransip, kemudian melanjutkan pekerjaannya di Percetakan Naskoh dari tahun 1994 hingga 1999 sebagai penata komputer, sebelum akhirnya memutuskan untuk fokus pada kehidupan keluarga sebagai ibu rumah tangga, meskipun tetap aktif dalam berbagai kegiatan sosial yang melibatkan dirinya dalam organisasi kemasyarakatan seperti Kelompok Tani Wanita dan PKK, yang semakin memperkuat posisinya di masyarakat sebagai sosok yang peduli terhadap pembangunan desa dan kesejahteraan warga, hingga akhirnya pada tahun 2017 ia dipercaya untuk menjabat sebagai Sekretaris Desa (Sekdes) di Desa Lumban Sihite, sebuah posisi yang tidak hanya menuntutnya untuk mengelola

⁶⁰ Wawancara Bersama Rina Simbolon (Masyarakat Desa) Pada Tanggal 16 Februari 2025

administrasi pemerintahan desa, tetapi juga memberikan kesempatan baginya untuk lebih memahami berbagai permasalahan masyarakat dan menjadi bagian dari solusi atas tantangan yang dihadapi oleh warga, yang dalam prosesnya semakin memperkokoh hubungan sosialnya dengan masyarakat serta membangun kepercayaan yang kuat terhadap kepemimpinannya.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan Nurmasi Sihombing yang menyatakan bahwa:

“Pengalaman saya sebagai Sekretaris Desa selama tujuh tahun sangat berperan penting dalam membangun modal politik yang kuat dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kepemimpinan saya. Dalam posisi ini, saya tidak hanya bertanggung jawab atas administrasi pemerintahan desa, tetapi juga berinteraksi langsung dengan warga dalam berbagai program pembangunan dan pelayanan publik. Sebagai Sekdes, saya sering menjadi penghubung antara pemerintah desa dan masyarakat, memastikan bahwa aspirasi warga dapat tersampaikan dengan baik dan diperjuangkan dalam kebijakan desa. Saya juga terlibat dalam berbagai inisiatif pembangunan, mulai dari pengelolaan dana desa, program pemberdayaan perempuan, hingga peningkatan kesejahteraan petani dan pelaku usaha kecil. Melalui peran ini, saya belajar memahami berbagai tantangan yang dihadapi masyarakat dan berusaha mencari solusi yang tepat. Kepercayaan masyarakat terhadap saya semakin tumbuh ketika mereka melihat kerja nyata yang saya lakukan. Saya selalu berusaha untuk bersikap transparan dalam pengelolaan administrasi dan keuangan desa, serta mengutamakan pelayanan yang adil bagi seluruh warga. Hal ini membuat banyak masyarakat merasa bahwa saya adalah sosok yang dapat diandalkan dalam mengurus desa.”⁶¹

Selama tujuh tahun menjabat sebagai Sekdes, Nurmasi Sihombing menunjukkan dedikasi dan kompetensi yang luar biasa dalam menjalankan tugasnya, di mana ia tidak hanya menjalankan fungsi administratif tetapi juga aktif terlibat dalam berbagai program pembangunan desa, memfasilitasi berbagai inisiatif pemberdayaan masyarakat, serta menjadi penghubung antara pemerintah

⁶¹ Wawancara Bersama Nurmasi Sihombing (Kepala Desa Lumban Sihite) Pada Tanggal 03 Februari 2025

desa dan warga dalam memastikan bahwa aspirasi masyarakat dapat tersampaikan dan diakomodasi dalam kebijakan desa, yang secara bertahap membuat masyarakat melihatnya sebagai sosok pemimpin yang potensial, terutama karena gaya kepemimpinannya yang transparan, inklusif, dan selalu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat, sehingga ketika masa pemilihan kepala desa semakin dekat, banyak warga yang mulai mendorongnya untuk mencalonkan diri sebagai kepala desa, dengan keyakinan bahwa ia adalah figur yang tepat untuk membawa perubahan yang lebih besar bagi desa Lumban Sihite.

Selanjutnya hasil wawancara dengan Masyarakat desa yang menyatakan bahwa:

“Saat Pilkades semakin dekat, kami sendiri yang mendorong Ibu Nurma untuk maju. Kami butuh pemimpin yang benar-benar memahami desa dan peduli terhadap kesejahteraan warganya. Keputusan kami bukan karena faktor lain, tapi karena kami melihat langsung kerja keras dan dedikasi beliau”⁶²

“Saya percaya Ibu Nurmasi Sihombing ketika menjabat sebagai kepala desa tetap melakukan pekerjaan-pekerjaan yang berguna dan bermanfaat bagi desa dan masyarakat. Sekali lagi, saya menilai dari pengalaman yang saya lihat dan rasakan bahwa, ibu Nurmasi Sihombing ialah sosok yang jujur dan tulus”.⁶³

Hal serupa juga disampaikan oleh tokoh masyarakat sebagai hasil wawancara yang menyatakan bahwa:

“Ibu Nurma memiliki rekam jejak yang jelas. Kepemimpinannya selama menjadi Sekdes sangat dirasakan manfaatnya oleh warga. saya yakin, di bawah kepemimpinannya, desa ini akan lebih berkembang”⁶⁴

⁶² Wawancara Bersama Jefry Rinaldi Sinaga (Masyarakat Desa) Pada Tanggal 16 Februari 2025.

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ Wawancara Bersama Parulian Manalu (Tokoh Masyarakat) Pada Tanggal 12 Februari 2025, Pukul 16.00 WIB

“Saya mengenal ibu Nurmasi Sihombing sudah lumayan lama. Nurmasi Sihombing orangnya sangat dekat dengan warga. Kami ini sering lihat dia hadir di kegiatan masyarakat, entah itu arisan, posyandu, sampai gotong royong pun dia ikut. Bukan cuma hadir, tapi dia mau mendengarkan keluhan-keluhan kami. Jadi bukan sekadar karena dia pernah jadi sekdes, tapi karena dia memang punya kepedulian”.⁶⁵

Dorongan dari masyarakat ini menjadi modal politik yang sangat penting bagi Nurmasi Sihombing dalam mengambil keputusan untuk maju sebagai calon kepala desa, karena dukungan yang ia terima bukan hanya datang dari individu-individu tertentu, tetapi dari berbagai elemen masyarakat, termasuk tokoh adat, pemuka agama, kelompok tani, serta organisasi perempuan yang telah merasakan langsung manfaat dari kepemimpinannya selama menjabat sebagai Sekdes, di mana mereka melihat bahwa ia memiliki rekam jejak yang jelas dalam mengelola pemerintahan desa, memiliki pemahaman mendalam terhadap kondisi masyarakat, serta mampu menjalin komunikasi yang baik dengan berbagai pihak, sehingga dengan keyakinan yang semakin kuat dan didukung oleh modal sosial yang telah ia bangun selama bertahun-tahun, Nurmasi Sihombing akhirnya mengajukan diri sebagai calon kepala desa dalam Pilkadaes 2023, menghadapi tantangan besar di tengah budaya patriarki yang masih kuat, tetapi dengan optimisme bahwa kepemimpinan perempuan dapat diterima dan membawa perubahan nyata bagi masyarakat desa Lumban Sihite.

3.2.3 Modal Ekonomi Nurmasi Sihombing

Dalam dinamika politik di tingkat desa, modal ekonomi sering kali menjadi salah satu faktor penentu dalam keberhasilan kampanye seorang calon kepala desa,

⁶⁵ *Ibid.*

termasuk dalam strategi pemenangan yang diterapkan oleh Nurmasi Sihombing. Meskipun ia tidak berasal dari latar belakang ekonomi yang sangat kuat, Nurmasi tetap memanfaatkan modal ekonominya secara strategis, terutama dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat dan tim suksesnya. Salah satu bentuk penggunaan modal ekonomi yang paling terlihat adalah kebiasaannya untuk menyediakan makanan dan minuman selama proses kampanye berlangsung, baik dalam pertemuan resmi maupun dalam interaksi sehari-hari dengan masyarakat di Desa Lumban Sihite.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan kepala desa yang menyatakan bahwa:

"Dalam proses sosialisasi dan kampanye, tentu dibutuhkan biaya, terutama untuk menyediakan makanan dan minuman bagi warga yang hadir dalam setiap pertemuan. Hal ini menjadi bagian dari bentuk penghormatan dan penghargaan kepada masyarakat yang meluangkan waktu untuk mendengarkan visi dan misi yang saya sampaikan. Selain itu, pada hari pemilihan kepala desa, kami juga berupaya memastikan para pendukung dan tim sukses yang bekerja keras sepanjang proses pemilihan mendapatkan makanan dan minuman ala kadarnya sebagai bentuk perhatian dan kebersamaan. Semua ini dilakukan bukan dalam konteks politik transaksional, tetapi lebih kepada menjaga semangat kebersamaan dan kekeluargaan di tengah proses demokrasi desa, sehingga semua pihak merasa dihargai dan tetap solid dalam mendukung upaya membangun desa yang lebih baik."⁶⁶

Dalam budaya Batak, yang masih sangat menjunjung tinggi nilai kebersamaan dan gotong royong, menjamu tamu dengan makanan dan minuman bukan hanya sekadar bentuk keramahan, tetapi juga menjadi simbol kepedulian dan rasa hormat kepada orang lain. Nurmasi Sihombing memahami betul nilai budaya

⁶⁶ Wawancara Bersama Nurmasi Sihombing (Kepala Desa Lumban Sihite) Pada Tanggal 03 Februari 2025.

ini, sehingga dalam setiap kesempatan bertemu dengan warga, baik dalam skala kecil maupun besar, ia selalu memastikan bahwa ada konsumsi yang bisa dinikmati bersama. Tidak hanya dalam acara kampanye resmi, tetapi juga dalam diskusi santai yang dilakukan di warung-warung kopi atau di rumah-rumah warga, Nurmasi Sihombing kerap kali mengeluarkan dana pribadinya untuk menjamu masyarakat yang datang mendengarkan visi dan misinya.

Pendekatan ini bukan hanya sekadar taktik politik, tetapi juga mencerminkan karakter kepemimpinan yang ingin ia tunjukkan kepada masyarakat. Dalam wawancara dengan beberapa anggota tim suksesnya, mereka mengungkapkan bahwa Nurmasi selalu menekankan pentingnya membangun hubungan yang lebih personal dengan masyarakat, dan salah satu caranya adalah dengan berbagi rezeki dalam bentuk sederhana seperti menyediakan makanan dan minuman. Baginya, hal ini bukan semata-mata strategi untuk menarik dukungan, tetapi juga bentuk kesadaran bahwa seorang pemimpin harus bisa merangkul masyarakat dengan cara yang dekat.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan tim sukses yang menyatakan bahwa:

“Kami memastikan modal ekonomi digunakan secara wajar, bukan sebagai politik uang. Dana lebih difokuskan pada konsumsi sederhana dalam pertemuan, tanpa pemberian uang tunai. Pendekatan Ibu Nurma menekankan diskusi dan partisipasi warga, bukan transaksi politik. Masyarakat memilihnya karena rekam jejak dan kepeduliannya, bukan karena materi. Kami juga mengedukasi warga bahwa pemimpin yang baik dinilai dari visi dan kinerja, bukan dari uang yang dibagikan.”⁶⁷

⁶⁷ Wawancara Bersama Tarmin Situmorang (Tim Sukses) Pada Tanggal 16 Februari 2025.

Pernyataan dari tim sukses Nurmasi Sihombing dibenarkan oleh salah satu masyarakat desa Lumban Sihite yang menyatakan:

“saya memilih Nurmasi Sihombing karena keinginan hati, bukan karena uang. Saya tidak diberi sepeserpun oleh Nurmasi untuk memilihnya. Saya memilih karena saya kenal dengan ibu Nurmasi dan yang saya lihat juga ibu Nurmasi orang nya baik dan sangat pekerja keras.”⁶⁸

Meskipun dalam beberapa pertemuan jumlah konsumsi yang disediakan mungkin tidak sebanyak kandidat lain yang memiliki modal ekonomi lebih besar, namun pendekatan ini tetap memberikan kesan positif bagi masyarakat. Salah seorang warga yang ditemui dalam wawancara menyatakan bahwa sikap rendah hati dan kebiasaan Nurmasi dalam berbagi membuatnya semakin dihormati, karena masyarakat melihat bahwa ia benar-benar ingin menjadi bagian dari mereka, bukan hanya hadir saat kampanye tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menjadi salah satu faktor yang membuatnya mendapatkan simpati, terutama dari kalangan perempuan dan kelompok masyarakat yang selama ini kurang terlibat dalam proses politik desa.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan tim sukses, yang menyatakan bahwa:

“Sumber dana kampanye Nurma Sihombing berasal dari dana pribadi serta kontribusi simpatisan, terutama petani, pengusaha, dan masyarakat sekitar yang mendukung visinya. Dana pribadi digunakan untuk kebutuhan konsumsi sederhana dalam pertemuan dengan warga. Dukungan ini bukan transaksi politik, melainkan bentuk kepercayaan mereka terhadap kepemimpinan Nurma.”⁶⁹

Dengan demikian, penggunaan modal ekonomi oleh Nurmasi Sihombing dalam kampanye bukan hanya soal berapa banyak uang yang dikeluarkan, tetapi

⁶⁸ Wawancara bersama Rido Manalu (Masyarakat desa) Pada Tanggal 16 Februari 2025.

⁶⁹ Ibid.

lebih kepada bagaimana ia memanfaatkannya untuk membangun kedekatan dengan masyarakat. Strategi ini terbukti efektif dalam memperkuat citra dirinya sebagai calon kepala desa yang peduli dan merakyat, sehingga meskipun ia harus menghadapi tantangan dari kandidat lain yang memiliki modal ekonomi lebih besar, ia tetap mampu memenangkan hati masyarakat melalui pendekatan yang sederhana namun penuh makna.