

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **Latar belakang**

Demokrasi di Indonesia berubah semenjak lengsernya Presiden Soeharto pada tahun 1998 sistem sentralistik, serta kekuatan otoriter yang dimiliki Soeharto kala itu menyebabkan peran keterlibatan masyarakat dalam kegiatan politik terbatas. Hal tersebut terlihat dimana jabatan-jabatan politis banyak dikuasai dari kroni-kroni Soeharto. Runtuhnya Presiden Soeharto dari kursi kekuasaannya, memiliki efek domino yang meruntuhkan dinasti politiknya serta secara tidak langsung membuka kran-kran demokrasi di tingkat nasional hingga ke daerah.

Terbukanya sistem demokrasi di Indonesia menyebabkan persaingan terbuka di tingkat nasional yaitu Presiden, hingga pada daerah yaitu Gubernur dan Bupati. Hal menarik pada lingkup jabatan politis yang terkecil yaitu kepala desa juga tidak harus berafiliasi dengan partai Golkar. Persaingan perebutan kursi kekuasaan saat ini lebih longgar dibandingkan sebelum 1998.

Proses pembangunan nasional pasca 1998 juga berubah, tidak lagi *top down* melainkan *bottom up*. Dalam arti lain pembangunan mengacu pada sistem desentralisasi, yang mana daerah memiliki kekuasaan dan wewenang sendiri dalam menentukan pembangunannya. Begitu juga di tingkat desa, desa juga diberikan anggaran tersendiri untuk membangun dan mengatur daerah sendiri.

Desa atau dalam istilah lain nagari, marga, kampung, dusun, dati, dan sebagainya merupakan sebuah unit terkecil dalam sebuah pemerintahan di Indonesia. Hanif (2011)

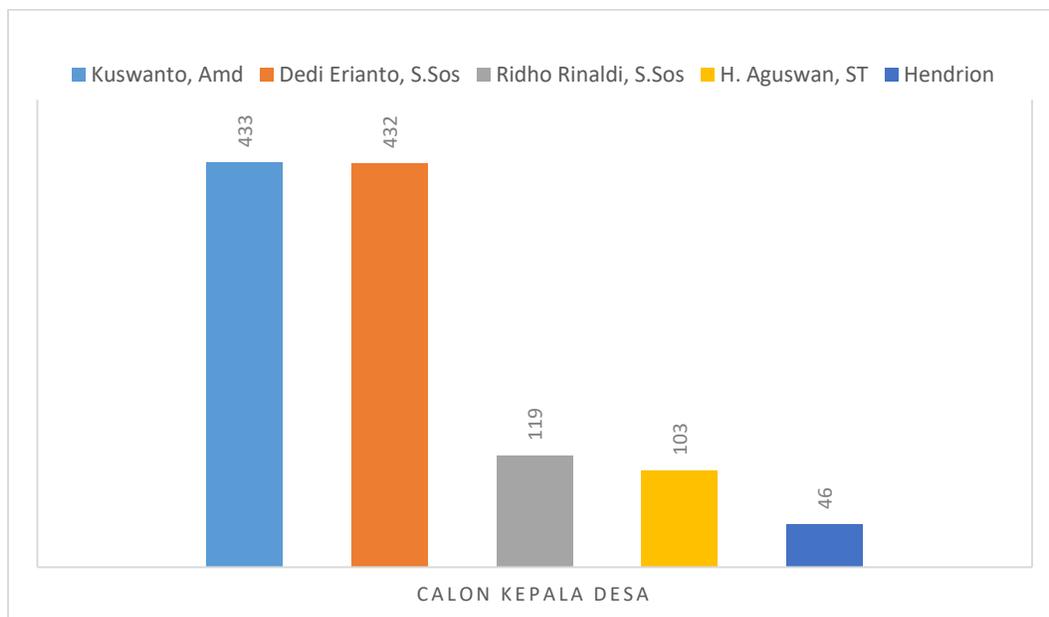
menjelaskan kata desa secara etimologi berasal dari kata sansekerta yang berarti tanah air, tanah asal, atau tanah kelahiran. Sementara dari perspektif geografis desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki kewenangan untuk mengurus rumah tangganya sendiri berdasarkan hal asal-usul dan adat istiadat yang diakui oleh pemerintah, dan keberadaanya di daerah kabupaten.

Dalam pemerintahan, desa memiliki wewenangnya sendiri seperti yang tertuang dalam UU no. 6 Tahun 2014 dimana pemerintah desa memiliki wewenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintah, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hal asal usul, dan/ atau hal tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Hal tersebut juga mempertegas bahwa desa memiliki hak otonom dan menjadi terdesentralisasi (tidak sepenuhnya bergantung pada pemerintah kabupaten). Hanif (2014) menjelaskan desa merupakan sistem sosial dengan lembaga sendiri yang mana memiliki lembaga politik, ekonomi, peradilan, dan sosial budaya yang dikembangkan oleh masyarakat itu sendiri.

Dalam lembaga politik, desa memiliki Kepala Desa dan Perangkat desa yang tata cara dan pengaturan tugas pokok dan fungsinya dikembangkan dengan inisiatif masyarakat desa itu sendiri. Desa juga memiliki BPD (Badan Pengawas Desa) yang bertanggung jawab mengawasi dan membantu kerja kepala desa. Namun dalam beberapa tempat, seperti desa Seberang Taluk posisi jabatan BPD tidak memiliki kuasa atau kontrol atas kepala desa sesuai dengan aturan yang berlaku. Posisi Kepala Desa memiliki peran yang penuh dalam melakukan upaya pembangunan desa. Disisi lain jabatan Kepala Desa di Seberang Taluk memiliki nilai gengsi sendiri di mata masyarakat.

Seberang Taluk adalah sebuah desa yang terletak di kecamatan Kuantan Tengah, Kuantan Singingi, Riau, Indonesia. Kepala desa di daerah Sebarang Taluk menjadi menjadi posisi yang memiliki gengsi. Hal ini terlihat banyaknya peserta yang menjadi peserta calon kepala desa Seberang Taluk yang diikuti oleh lima calon. Kelima calon kepala desa tersebut yaitu; Kuswanto, Amd; Dedi Erianto; Ridho Rinaldi; H.Aguswan,ST; Hendrion. Hasil kemenangan dari Kuswanto, Amd dapat dilihat pada gambar 1.1 di bawah ini.

**Table 1.1 Hasil Perolehan Suara**



*Sumber : (m.situsriau.com, 2019)*

Kemenangan Kuswanto pada Pilkades tahun 2019 yang hanya bersilih 1 suara dengan Dedi Arianto menjadi menarik dibahas karena ini menimbulkan pertanyaan. Hasil

Pilkades Sebarang dimenangkan oleh Kuswanto dengan jumlah perolehan suara 433 dan perolehan suara Dedi yang 432. Kegagalan Dedi Arianto disebabkan oleh adanya satu surat suara yang terdapat satu coblosan di kerta suara yang dianggap tidak sah. Dari sisi politik menarik pembahasan apakah ada unsur permainan politik kotor dalam pilkades desa Sebarang Taluk. Jika dilihat dari latar belakang Kuswanto merupakan seorang kontraktor dan petani, sedangkan Dedi merupakan mantan komisioner KPU yang tentunya memiliki kemampuan dalam perhitungan suaranya. Calon yang lain yaitu dari segi politik H. Aguswan pernah menjabat sebagai kepala desa selama 2 periode. Sehingga seharusnya H. Aguswan memiliki banyak alat politik untuk memenangkan pilkades. Disisi lain H. Aguswan memiliki waktu yang cukup banyak untuk kampanye dengan memanfaatkan program dan kebijakan selama dirinya menjadi kepala desa Sebarang Taluk. Banyaknya calon kepala desa tentunya dari setiap calon berharap untuk memenangkan kontestasi pemilihan kepala desa. Tentunya masing-masing calon kepala desa memiliki strategi masing-masing supaya dirinya dapat terpilih menjadi kepala desa.

Sangat menarik membahas terkait dengan strategi politik, seperti tulisan dari Purnama (2014) berjudul Strategi Politik PDIP Dalam Pemenangan Pasangan Ganjar – Heru di Pilgub Jawa Tengah Tahun 2013. Penelitian Purnama (2014) menjelaskan bahwa kader-kader PDI Perjuangan tidak kenal lelah dalam berjuang memenangkan Calon Gubernur yang di usung. Dimulai dari permaksimalan atribut kampanye, strategi penonjolan figur Ganjar Pranowo melalui media TV swasta dan Nasional, Penguatan basis pendukung daerah, hingga membawa tokoh-tokoh terkenal seperti Rano Karno, Rieke Diah Pitaloka, Arya Bima, Budiman Sudjatmiko, dll untuk ikut serta dalam memenangkan pasangan Ganjar-Heru pada Pilgub Jawa Tengah Tahun 2013(Purnama, 2014). Bukan

hanya pada tingkatan gubernur, pada tingkat desa tentu kemenangan dari Kusawanto dalam memenangkan Pilkades tahun 2009 tidak luput dari strateginya dalam meraih suara masyarakat.

Dalam tulisan dari Febrinanda (2013) kandidat yang terpilih dalam Pilkades tidak terlepas dari keberhasilan dalam menarik simpati di masyarakat dan dapat memanfaatkan "kekuasaan" dengan maksimal, yang mana kekuasaan tersebut dalam bentuk kampanye dan *money politic*. Sementara sumber kekuasaan tersebut dapat diperoleh dari kekayaan yang dimiliki, pendidikan, status sosial, informasi, serta jabatan yang dimiliki. Pada kasus Kuswanto, dibandingkan dengan calon yang lain dirinya hanya memiliki gelar Diploma dapat mengalahkan calon yang lain dengan gelar sarjana. Dari segi popularitas Dedi Arianto dan H. Aguswan memiliki jabatan strategi yang dapat mendorong popularitasnya dibandingkan dengan Kuswanto. Tetapi hasil pemilihan kepala desa akhirnya dimenangkan oleh Kuswanto. Hal ini menarik bagi peneliti untuk mengetahui lebih jauh terkait dengan strategi yang digunakan oleh Kuswanto.

Dari penjelasan yang ada di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi politik yang digunakan oleh Kuswanto yang dapat memenangkan pilkades desa Seberang Taluk.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pemasaran politik dalam kemenangan Pemilihan Kepala Desa dalam studi kasus Kuswanto dalam Pilkades Seberang Taluk Tahun 2019?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pemasaran Politik Dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Desa khususnya di Desa Seberang Taluk Tahun 2019

### **Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat di bidang akademis, khususnya dalam mengembangkan kajian Ilmu Pemerintahan yang berkaitan dengan pemasaran politik pemenang kepala desa

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan pertimbangan cara membangun strategi politik untuk kepala desa.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang mengambil tema ataupun sub-bab yang sama yaitu berkaitan dengan strategi politik pemenang kepala desa

### **Tinjauan Pustaka**

Banyak penelitian terdahulu yang juga membahas politik di tingkat desa. Salah satunya dari Sholikin (2020) dalam penelitian yang berjudul Strategi Politik Lurah Incumbent Dalam PILKADES Di Desa Tambang Minyak (Studi Kasus Di Desa Mojodelik, Kecamatan Gayam, Kabupaten Bojonegoro). Hasil penelitian dari Sholikin (2020) menjelaskan bahwa elit lama atau incumbent dapat melakukan akumulasi kapital dari simbolik kapital, sosial kapital, ekonomi kapital untuk mempertahankan kekuasaan. Sehingga kepala desa yang merupakan incumbent dapat terpilih kembali dalam Pilkades. Berbeda dengan penelitian Sholikin (2020), obyek dalam penelitian ini bukan merupakan seorang incumbent. Bahkan kepala desa yang terpilih dapat mengalahkan seorang incumbent.

Selitubun (2017) dalam penelitiannya yang berjudul *Politycal Marketing Pada pemilihan Kepala Desa Girikarto Tahun 2015* berusaha meneliti kemenangan Tuyadi dalam Pilkada Desa kecamatan panggang, kabupaten Gunung Kidul, DIY. Penelitian ini menggunakan strategi marketing politik yang digunakan oleh Tuyadi pada tahun 2015. Dalam penelitiannya Tuyadi dapat memiliki positioning yang kuat dan mampu mempengaruhi suara dari masyarakat ketika dirinya dapat menunjukkan transparansi dan kejujuran ketika mengelola proyek desa. Mengelola proyek dijadikan sebagai strategi marketing politik Tuyadi untuk semakin dikenal oleh masyarakat desa. Jika dilihat dari latar belakang Kuswanto dengan Tuyadi memiliki hampir memiliki kesamaan sebagai seorang kontraktor proyek. Namun tulisan Selitubun (2017) tidak menjelaskan berapa jumlah kontestan dalam Pilkadaes tersebut. Pada penelitian ini jumlah calon Pilkadaes cukup banyak, dan memiliki latar belakang yang kuat dalam politik, sehingga persaingan politik kuat dan strategi yang digunakan oleh Kuswanto nampaknya lebih menarik.

Selanjutnya tulisan dari Hidayat, dkk (2018) *Praktik Politik Oligarki dan Mobilisasi Sumber Daya Kekuasaan Di Pilkadaes Desa Sitimerto Pada Tahun 2016* juga cukup menarik. Hidayat, dkk (2018) menjelaskan bagaimana peran dari dari elit lokal dapat mempengaruhi kemenangan melalui eksploitasi sumber daya non-material (kekyasaan spiritual atau kesakten), juga menggunakan politik uang sebagai sumberdaya material untuk mempengaruhi pemilih. Berbeda dengan penelitian dari Hidayat, dkk (2018) yang berfokus mempertahankan kekuasaan, penelitian ini berusaha meneliti tentang upaya Kuswanto dalam merebut kekuasaan.

Di atas merupakan beberapa perbedaan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian diatas menjadi sebuah gambaran tentang bagaimana perpolitikan

dalam tingkat desa. Penelitian ini berusaha membahas tentang perpolitikan dalam perebutan kursi kepala desa. Sehingga penelitian ini menjadi penambah kajian keilmuan terkait dengan strategi politik khususnya perebutan kursi kepala desa.

## **Kerangka Teori**

### **1. Strategi Politik**

Strategi merupakan suatu cara yang digunakan untuk mencapai tujuan. Strategi menjadi upaya secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi dalam waktu tertentu. Tjiptono (2006:3) menjelaskan strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* yang dapat diartikan seni atau ilmu menjadi seorang jenderal. Strategi juga diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah-daerah tertentu (Tjiptono, 2006).

Sementara Pearce II dan Robinson (2008:2) menjelaskan strategi adalah rencana berskala besar dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai sebuah tujuan. Firmanzah (2008: 109) menjelaskan strategi politik merupakan upaya yang dilakukan oleh para kontestan untuk memenangkan pilkada, para kontestan perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, masa mengambang dan pendukung kontestan lainnya.

Strategi dalam politik merupakan suatu mekanisme dari seseorang atau kelompok dengan ide politik yang dipahaminya untuk menang dalam kontestasi politik. Strategi politik dibutuhkan untuk melakukan kalkulasi dalam bentuk usaha-usaha yang diperlukan guna mempengaruhi keputusan pemilih.

### **Marketing Politik**

Marketing dapat diartikan pemasaran, sementara marketing politik atau *political marketing* adalah penerapan ilmu marketing dalam kehidupan politik. Firmanzah (2008) menjelaskan *political marketing* adalah penggunaan pendekatan dan metode marketing dalam menyusun produk politik, distribusi politik kepada publik serta meyakinkan bahwa produk politiknya lebih unggul dibandingkan dengan pesaing. Hal tersebut dilakukan untuk membantu politikus maupun partai politik untuk membangun hubungan dua arah dengan masyarakat.

Adman Nursal (2004: 156) memandang marketing politik adalah strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politis yang tertentu di dalam pemikiran para pemilih untuk memilih kontestan tertentu. Makna politis ialah yang menjadi hasil penting dalam marketing politik yang menentukan pihak mana yang akan dipilih oleh masyarakat.

Tujuan dari marketing politik adalah membentuk dan menanamkan harapan, sikap, keyakinan orientasi dan perilaku pemilih (Nursal, 2004). Nursal (2004) juga menjelaskan lebih lanjut tentang 4 fungsi dari marketing politik :

- a. Analisis sosial pasar, yakni memetakan perspsi dan preferensi para pemilih, baik konstituen maupun non-konstituen terhadap kontestan-kontestan yang bertarung dalam pemilihan umum.
- b. Menetapkan tujuan obyektif kampanye, marketing effort dan pengalokasian sumber daya.
- c. Mengidentifikasi dan mengevaluasi alternatif-alternatif implementasi strategi untuk membidik segmen-segmen tertentu yang disasar berdasarkan sumber daya yang ada.

- d. Memantau dan mengendalikan penerapan strategi untuk mencapai sasaran objektif yang telah ditetapkan

Sementara menurut Firmanzah (2008) dalam proses *Political Marketing* menggunakan penerapan 4P bauran marketing yaitu:

- a. *Product* (Produk) berarti partai, kandidat dan gagasan-gagasan partai yang akan disampaikan konstituen. Produk ini berisi konsep, identitas ideologi. Baik dimasa lalu maupun sekarang yang berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik.
- b. *Promotion* (Promosi) adalah upaya periklanan, kehumasan dan promosi untuk sebuah partai yang di mix sedemikian rupa sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, pemilihan media perlu dipertimbangkan.
- c. *Price* (Harga), mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis, sampai citra nasional. Harga ekonomi mencakup semua biaya yang dikeluarkan partai selama periode kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis misalnya, pemilih merasa nyaman, dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain. Sedangkan harga citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra positif dan dapat menjadi kebanggaan negara.
- d. *Place* (Penempatan), berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih. Ini berarti sebuah partai harus dapat memetakan struktur serta karakteristik masyarakat, baik itu geografis maupun demografis

Pada penelitian ini penulis menggunakan konsep teori dari Marketing Politik dari Firmanzah (2008), untuk mengetahui bagaimana strategi politik atau perencanaan yang digunakan oleh Kuswanto, berdasarkan marketing politik 4P (*Price, Product, Promotion, Place*)

## **Pemilihan Kepala Desa**

Pemilihan Kepala Desa atau sering disingkat Pilkadaes merupakan hajatan politik yang dilakukan masyarakat desa untuk memilih calon kepala desa. Pemilihan kepala desa adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di Desa dalam rangka memilih kepala desa secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil (PP No. 112, 2014).

Kosep luberjurdil (Langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil) dalam pemilihan umum kepala daerah, yang menurut pandangan peneliti sampai hampir sama dengan yang di jelaskan dalam (Nugrahanto, 2017) yaitu:

*Pertama Langsung yaitu rakyat sebagai pemilih mempunyai hak untuk memberikan suaranya langsung sesuai dengan kehendak nuraninya tanpa perantara; Kedua, Umum artinya semua warga negara yang memenuhi persyaratan sesuai dengan ini berhak mengikuti pemilihan Kepala Daerah. Pemilihan yang umum mengandung makna menjamin. Kesempatan yang berlaku menyeluruh bagi semua warga negara, tanpa diskriminasi berdasarkan suku, agama, ras, antar golongan, jenis kelamin dan status sosial;*

*Ketiga, Bebas artinya setiap warga negara yang mempunyai hak pilih, bebas menentukan pilihannya tanpa tekanan dan paksaan dari siapapun dan dijamin keamanannya sehingga dapat memilih sesuai dengan hati nuraninya; Keempat Rahasia yaitu dalam memberikan suaranya, pemilih dijamin bahwa pilihannya tidak akan diketahui oleh pihak manapun dan dengan jalan apapun. Kelima Jujur, yaitu dalam penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah, setiap penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah, apaarat pemerintahan, pasangan calon, partai politik, pengawas pemilu, pemantau pemilu, serta semua pihak terkait harus bersikap dan bertindak jujur sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Terakhir Adil, yaitu dalam penyelenggaraan pemilihan Kepala Daerah, baik penyelenggaraan*

Pilkada dalam hal ini KPUD, dan pihak-pihak terkait Pemerintah mendukung dengan memfasilitasi penyelenggaraan pemilihan Kepala desa agar dapat berlangsung

secara demokratis melalui UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang desa. Kemudian ditindak lanjuti dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun

### **1.7 Definisi Konseptual**

1. Strategi Politik merupakan upaya yang dilakukan oleh kontestan politik untuk dapat mengalahkan kontestan lain dalam kontestasi politik
2. Marketing Politik merupakan penerapan bauran marketing dalam kehidupan politik yang berguna untuk mempengaruhi persepsi pemilih
3. Pemilihan Kepala Desa pelaksanaan kedaulatan rakyat di Desa dalam rangka memilih kepala desa secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil.

### **1.8 Definisi Operasional**

1. Marketing Politik

Komponan dalam marketing politik dapat dilihat pada table 1.1 di bawah :

**Table 2.1 Definisi Operasional Marketing Politik**

Variabel	Indikator	
Marketing	a. <i>Product</i> (Produk)	1. Visi dan misi 2. Karakter
Politik	b. <i>Promotion</i> (Promosi)	1. Sosialisasi 2. Media Kampanye
	c. <i>Price</i> (Harga)	1. Biaya Kampanye 2. Pengalaman Pendidikan
	d. <i>Place</i> (Tempat)	1. Tempat Kampanye

(Sumber : Firmanzah, 2008)

- a. *Product* (Produk) : terkait bagaimana branding Kuswanto,Amd atau sosok Kuswanto ingin di citrakan kepada masyarakat dengan karakteristik sifat, pengalaman, serta gagasannya
- b. *Promotion* (Promosi) : terkait dengan bagaimana iklan, promosi, kehumasan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang dilakukan oleh Kuswanto
- c. *Price* (Harga) : terkait dengan segala biaya yang dikeluarkan oleh Kuswan untuk memenangkan Pilkadaes
- d. *Place* (Tempat) : terkait dengan tempat kampanye dan pemetakan suara yang dilakukan oleh Kuswanto.

## **1.9 Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan sebagai cara untuk mencari, mengumpulkan, hingga menganalisis data untuk menjadi sebuah hasil suatu penelitian. Moleong (2007,5) berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah metode ilmiah yang dilakukan dengan cara

pengumpulan data pada suatu latar ilmiah, dimana peneliti juga tertarik dengan hal yang ilmiah. Meleong juga menambahkan tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal dari sudut pandang manusia yang ditelitinya. Penelitian kualitatif erat kaitannya dengan sebuah ide, persepsi, pendapat atau sesuatu yang dipercayai orang tidak dapat diukur dengan angka.

Penelitian kualitatif dipilih karena dalam penelitian kualitatif penjelasannya yang diperlukan lebih diskriptif analitik. Dimana memungkinkan pandangan baru melalui wawancara dari narasumber.

### **Obyek Penelitian**

Dalam penelitian yang berjudul “Strategi Politik dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Desa dalam studi kasus Kuswanto Dalam Pilkadaes Seberang Tuluk Tahun 2019” obyek penelitiannya adalah Kuswanto selaku kepala desa terpilih

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Desa Seberang Tuluk, kec. Kuantan Tengah, kab. Kuantan Singingi, Prov. Riau

### **Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu:

a. Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang utama, yang digunakan dalam penelitian ini. Sumber data primer atau yang utama dari penelitian ini adalah hasil wawancara dari para informan. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) informan adalah orang yang memberi informasi. Atau dalam pengertian lain di KBBI, orang yang menjadi sumber data dalam penelitian

(narasumber). Sedangkan Moleong (2006) mendefinisikan informan adalah orang yang dimanfaatkan dalam penelitian untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Moleong juga menambahkan informan mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian.

Informan dalam penelitian ini, adalah informan yang cukup memiliki pengetahuan terkait dengan strategi politik yang digunakan oleh Kuswanto dalam memenangkan Pilkadaes. Sehingga peneliti akan melakukan wawancara kepada 5 narasumber antara lain: Kuswanto, 2 orang tim pemenang kuswanto, dan 2 orang masyarakat.

b. Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data pendukung untuk melengkapi penelitian. Dalam hal ini sumber data sekunder adalah berupa dokumen pendukung untuk memperkuat data penelitian. Dokumen menurut Hadari (2005) adalah sebuah cara untuk pengumpulan sebuah data melalui beberapa tahapan yang melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip dan termasuk buku yang terkait dengan pendapat atau dalil yang menyangkut masalah yang diteliti.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian berupa buku, penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini, dokumen, maupun berita-berita yang dapat memperkuat data. Sehingga menjadi bahan analisis yang mendukung penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, yang mana peneliti akan mendatangi kepada narasumber untuk menanyakan beberapa

pertanyaan secara langsung. Sebelum melakukan penelitian peneliti akan menyiapkan daftar pertanyaan sebagai pedoman supaya mendapatkan jawab sesuai dengan kebutuhan penelitian.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan proses yang digunakan peneliti untuk mendapat data hingga menyajikan hasil penelitian. Berikut upaya yang akan penenliti lakukan :

a. Pengumpulan data

Proses pengumpulan data dilakukan ketika peneliti melakukan observasi dan wawancara. Peneliti mencari data yang dibutuhkan yang berkaitan dengan penelitian hingga data cukup untuk dianalisis.

b. Reduksi data

Reduksi data adalah penyederhanaan yang dilakukan dengan cara seleksi, pemfokusan dan keabsahan data yang masih mentah menjadi informasi yang bermakna.

c. Penyajian data

Penyajian data yang sering digunakan pada data kualitatif adalah bentuk naratif. Penyajian-penyajian data berupa sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan mudah dipahami.

d. Penarikan kesimpulan

Tahap akhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan melihat hasil reduksi data. Data yang telah disusun dibandingkan antara satu dengan yang lain untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.

