

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desa merupakan suatu kesatuan hukum yang dimana mempunyai kewenangan untuk mengurus dan mengatur kepentingan masyarakat setempat yang berdasarkan adat istiadat setempat dan asal-usul yang sudah diakui sistem pemerintahan nasional dan pemerintah daerah atau kabupaten. Desa mempunyai kekuasaan untuk menjalankan pemerintahannya sendiri dalam NKRI. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 6 Tahun 2014 tentang Desa tertuang dalam BAB I Ketentuan Umum, Pasal I No 1 bahwasannya, “Desa adalah Desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal-usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam system pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia”

Dalam UU Nomor 6 Tahun 2014 disebutkan bahwa “Pemerintah Desa adalah Kepala Desa atau yang disebut dengan nama lain dibantu perangkat Desa sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Desa”. Pemerintah Desa juga berwenang mengurus pengelolaan aset dan potensi daerahnya sendiri. Penyelenggaraan Pemerintahan Desa menurut UU Nomor 32 Tahun 2004 sebagaimana dikutip oleh Ita Ulumiyah, dkk., (2013) menyebutkan bahwa dalam penyelenggaraannya dilakukan pengaturan yang berdasarkan pada keberagaman,

kehidupan demokrasi, otonomi wilayah, adanya partisipasi masyarakat serta pemberdayaan masyarakat. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemerintahan di tingkat desa mempunyai wewenang sebagai pengatur serta pengurus berbagai kepentingan (Ulumiyah, I., dkk, 2013).

Pemerintah Desa terdiri dari unsur penyelenggaraan pemerintahan yang terdiri dari Kepala Desa, Sekretaris Desa (beserta kepala-kepala urusan), Pelaksana Teknis, serta Pelaksana Kewilayahan (kepala-kepala Dusun). Pemerintahan desa memiliki tugas dan wewenang sesuai dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Pemerintahan desa dilengkapi dengan struktur organisasi, di dalam struktur organisasi tersebut terdapat aparatur pemerintah desa dengan tugas dan fungsinya masing-masing. Tujuan dari adanya struktur organisasi tersebut adalah dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat desa dan agar dapat menjalankan fungsi-fungsi dari organisasi pemerintahan desa.

Dalam pemerintahan desa, kepala desa merupakan figur pemimpin desa dimana seorang kepala desa itu mempunyai peranan yang sangat besar dalam memimpin penyelenggaraan pemerintahan desa, membina kehidupan masyarakat desa, memelihara ketenteraman dan ketertiban masyarakat desa, mendamaikan perselisihan masyarakat di desa dan membina perekonomian desa guna meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan desa. Kemanapun seorang kepala desa dalam memimpin sangat menentukan keberhasilan desa dalam mencapai tujuan yang dicita-citakan. Maka dari itu setiap desa harus dipimpin oleh kepala desa yang mampu memimpin desanya menjadi lebih baik bahkan dapat bersaing

dengan desa lainnya, untuk menentukan kepala desa maka dilakukanlah pemilihan kepala desa. Pemilu di tingkat desa adalah pilkades yang bertujuan untuk memilih kepala desa. Menurut Permendagri nomor 112 tahun 2014 “Pemilihan kepala desa merupakan pelaksanaan kedaulatan rakyat di desa dalam rangka memilih kepala desa yang bersifat langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. BPD (Badan Permusyawaratan Desa) adalah salah satu lembaga dalam penyelenggaraan pilkades”. BPD dalam menyelenggarakan pilkades tentunya membentuk panitia pilihan yang dimana panitia pilihan tersebut diisi oleh Perangkat desa, pengurus lembaga desa dan tokoh masyarakat. Pengawasan dalam pilkades dilakukan oleh para anggota BPD serta dilakukan oleh masyarakat sekitar sehingga tercapainya hasil pemilihan yang baik. Dalam pemilihan kepala desa secara tidak langsung semua calon memiliki faktor tertentu untuk memenangkan pemilihan kepala desa. Karena faktor merupakan keadaan, peristiwa yang ikut menyebabkan mempengaruhi terjadinya sesuatu.

Pada Pemilihan Kepala Desa Pongkok Tahun 2007 terdapat 3 calon yang mencalonkan diri pada pilkades tersebut. Mereka Yaitu Puguh Sarwono (Jagung), Yadi Hermanto (Ketela), dan Junaedi Mulyono (Padi). Pemungutan suara dilakukan di Balai Desa Pongkok. Rekapitulasi penghitungan suara dalam pemilihan kepala desa pongkok tahun 2007 adalah Puguh Sarwono (Jagung) Mendapatkan 205 Suara, Yadi Hermanto (Ketela) mendapatkan 63 suara, dan Junaedi Mulyono (Padi) Mendapatkan 724 suara. Sementara itu untuk suara tidak sah berjumlah 44 suara dan total masyarakat yang mencoblos adalah 1036 orang (Sumber : Data Penulis, 2021) Calon Junaedi Mulyono pada akhirnya yang

memenangkan pemilihan kepala desa ponggok untuk periode 2017-2019 dengan presentase perolehan suara 69,88 %.

Pada Pemilihan Kepala Desa Ponggok Tahun 2013 Junaedi Mulyono melawan Kotak Kosong. Pada Pemilihan Kepala Desa tersebut Junaedi Mulyono mendapatkan 926 suara dan 46 suara yang memilih Kotak Kosong. Sementara itu suara tidak sah berjumlah 235 suara dan untuk total masyarakat yang mencoblos 1207 orang. Calon Junaedi Mulyono pada akhirnya yang memenangkan pemilihan kepala desa ponggok untuk periode 2013-2019 dengan presentase perolehan suara 76,71 %. (sumber : <https://bit.ly/3db4bpX> diakses pada tanggal 14 februari 2021 pukul 11.42).

Pada tanggal 13 maret 2019 di Desa Ponggok menyelenggarakan Pemilihan Kepala Desa. Terdapat empat calon kepala desa yang mencalonkan diri untuk menjadi Kepala Desa Ponggok Periode 2019 - 2025. Mereka yaitu Junaedi Mulyono, Suharta, Hartanto, dan Prasmaji Andi Pitono. Proses pemungutan suara serta penghitungan suara digelar di gedung serbaguna Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten. Rekapitulasi penghitungan suara dalam pemilihan kepala desa ponggok tahun 2019 adalah Calon Kepala Desa Junaedi Mulyono mendapatkan 585suara, Calon Kepala Desa Suharta mendapatkan 204 suara, Calon Kepala Desa Hartanto mendapatkan 10 suara, serta Pramaji Andi Pitono mendapatkan 524 suara. Sementa itu suara tidak sah berjumlah 11 suara. Dan untuk jumlah total masyarakat yang mencoblos 1.334 orang (sumber : <https://bit.ly/2NftrxW> diakses pada tanggal 28 september 2020 pukul 16:21).

Calon Junaedi Mulyono pada akhirnya yang memenangkan pemilihan kepala desa ponggok untuk periode 2019-2025 dengan presentase perolehan suara 43,85 %.

Menengok kebelakang pada pemilihan kepala desa ponggok Junaedi Mulyono sudah memenangkan kontestasi pilkades dan sudah menjadi kepala Desa Ponggok dalam 3 periode secara berturut turut dari tahun 2007-2025. Berdasarkan kondisi tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apa saja Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten)?”

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menjelaskan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten).

1.3.2 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten), Selain itu untuk menambah wawasan dalam bidang ilmu sosial dan ilmu politik.

1.3.3 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu bagi peneliti tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten

Klaten), Penelitian ini dapat digunakan oleh instansi instansi terkait, pemerintah, masyarakat yang membutuhkan data/informasi mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten), Selain itu penelitian ini juga dapat digunakan menjadi gambaran mengenai pemilihan kepala desa.

1.4 Literature Review

Penelitian ini menggunakan 10 *literature review* yang berbeda-beda yang bertujuan untuk menjelaskan Faktor-Faktor Apa Saja Yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten).

Literature review tersebut akan dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Tinjauan Pustaka

No.	Judul	Nama Penulis	Kesimpulan atau Temuan
1.	Analisis Faktor Kemenangan Annaj Must Tsaqib Dalam Pemilihan Kepala Desa Pahesan Kecamatan Godong Kabupaten Grobogan	Rohman, K. (2016).	Hasil Penelitian mengenai faktor-faktor kemenangan Annaj Muts Tsaqib dalam pemerintahan kepala desa pahesan kecamatan godong, kabupaten grobogan adalah menggunakan langkah dengan melakukan pendekatan mendatangi rumah warga secara langsung dan mendatangi tempat umum selain itu Annaj Muts Tsaqib melakukan sosialisasi kandidat yang diharapkan dengan sosialisasi tersebut dapat mendapatkan simpati warga desa.
2.	Analisis Kemenangan Marzuqi-Andi Pada Pilkada Jepara 2017	Islamsyah, F. A. (2018).	Penelitian ini menyimpulkan adanya empat faktor kemenangan Marzuqi. Faktor-faktor tersebut adalah Figuritas Marzuqi yang mampu menampilkan sosok figur yang sederhana dan dicintai oleh rakyat, Sebagai Penggerak Mesin Politik kekompakan antara Marzuqi dan Andi terlihat dari hormonisnya hubungan keduanya, baik didunia politik maupun dihubungkan dimasyarakat, Kekuatan Mesin

			Politik DPI-P dan relawan Marzuqi sangat mudah dikoordinasikan, menjadi mesin politik yang efisien sehingga efektif dalam kerjanya, Strategi Tim Pemenangan Marzuqi-Dian Struktur tim pemenangan yang kuat dan solid menjadi nilai tambah dalam kemenangan di Pilkada.
3.	Faktor-Faktor Penentu Kemenangan Pasangan Ridho Yahya dan Andriansyah Fikri Dalam Pilkada Kota Prabumulih Tahun 2013	Volinnata, W. (2016).	Temukan dalam penelitian ini adalah terdapat 3 faktor yang mempengaruhi kemenangan pasangan Ridho Yahya dan Adriansyah fikri adalah Pertama, Faktor Sosial yang dimana masyarakat memilih dikarenakan kesamaan agama dan kesamaan etnis dari pasangan Ridho Yahya, Kedua Faktor Psikologis masyarakat memilih karena kesamaan etnis dan popularitas calon, Ketiga Faktor Rasional memilih karena berdasarkan visi misi, program kerja, tingkat kepercayaan masyarakat.
4.	Faktor Kemenangan Koalisi Suharsono-Halim Dalam Pemenangan Pemilu Kepala Daerah Kabupaten Bantul Tahun 2015	Putri, M., & Qodir, Z. (2017).	Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Faktor Kemenangan koalisi Suharsono-Halim dalam pemenangan pemilu kepala daerah Kabupaten Bantul tahun 2015 dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor tersebut antara lain yakni : Koalisi partai politik, Partisipasi Politik, Modalitas (Modal politik, Modal sosial, Modal budaya, Modal ekonomi).
5.	Faktor yang Mempengaruhi Kemenangan Jefry Noer dan Ibrahim Ali di Pilkada Kabupaten	Yahya, M. R. (2018).	Ada beberapa faktor yang menjadi penentu dari kemenangan yang mengantarkan pasangan Jefry Noer dan Ibrahim Ali menjadi orang nomor satu di Kabupaten

	Kampar.		Kampar dalam perhelatan pilkada tahun 2011. Faktor-faktor tersebut adalah; faktor internal, faktor eksternal, perilaku pemilih, pengelolaan media, dan adanya pengawalan suara yang berlapis. Diantara semua faktor tersebut, faktor internal dan faktor eksternal memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan faktor lainnya.
6.	Faktor-Faktor Kemenangan Muzakir Manaf-TA Khalid Dalam Pemilihan Gubernur Aceh Pada Pilkada Tahun 2017 Di Aceh Selatan.	Luthfi, M., & Hasan, E. (2018).	Berdasarkan hasil penelitian tentang Faktor-Faktor Kemenangan Muzakir Manaf-TA Khalid Dalam Pemilihan Gubernur Aceh Pada Pilkada Tahun 2017 Di Aceh Selatan maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut : Pada dasarnya ada dua faktor yang menyebabkan pasangan Muzakir Manaf-TA Khalid menang pada pemilihan gubernur dan wakil gubernur Aceh tahun 2017 di Kabupaten Aceh Selatan yaitu: Pertama karena adanya tim pemenangan yang sangat solid yang telah bekerja keras untuk mengkampanyekan Muzakir Manaf-TA Khalid hingga ke gampong-gampong. Kedua, karena adanya dukungan dan kerja keras dari partai koalisi yang ikut menyebarkan stiker, baliho, dan terus membangun komunikasi secara masif dengan masyarakat di Aceh Selatan.
7.	Faktor-Faktor Kemenangan Pasangan Edy Rahmayadi-Musa Rajekshah (Eramas) pada	Miraza, M. M. (2019).	Dari penelitian dan kuisioner serta pembahasan ada beberapa faktor yang menyebabkan kemenangan dari pasangan ERAMAS initerkhususnya di Kecamatan Medan Marelan ada

	Pemilihan Gubernur (Pilgubsu) Sumatera Utara Tahun 2018 di Kecamatan Medan Marelan.		3 faktor yang sangat determinan (menentukan) dari beberapa variabel yang telah di paparkan pada bab-bab sebelumnya yaitu Faktor Agama, Faktor Figur/Ketokohan, dan Putra Daerah.
8.	Faktor Determinan Kemenangan Kandidat Pada Pemilukada Kabupaten Batang 2011	DKK, F. D. F.	Pertama Faktor figur dan ketokohan, Kedua Faktor sosiologis seperti kesamaan demografis yakni ciri-ciri identik yang melekat pada diri pemilih seperti daerah asal, agama, dan umur, Sementara ciri-ciri fisik seperti gagah dan cantik tidak menjadi pertimbangan pemilih, Ketiga Faktor psikologis yakni dekat dengan pemilih dalam pemilukada direpresentasikan oleh calon. Dalam hal ini pemilih dalam menentukan pilihan daya tarik figur lebih penting daripada partai politik pengusung, mereka lebih memilih figur yang mereka kenal.
9.	Strategi Political Marketing Kandidat dalam Pilkades Serentak Periode III di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah	Muhazir, A. (2020).	Strategi Political Marketing yang dilakukan Rahim Fauzi dalam Pilkades Desa Kapungan Tahun 2019 dengan menerapkan pendekatan 4Ps, yakni Produk (product), Promosi (promotion), Penempatan (place), Harga (price), Segmentasi, dan Pendekatan Pasar telah terbukti dan mampu diterapkannya dengan baik dan hasilnya Rahim Fauzi mendapatkan suara terbanyak dan terpilih menjadi kepala desa.
10.	Gaya Komunikasi Calon Kepala Desa Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2013	Lestari, N. (2016).	Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian sebagaimana dipaparkan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil

	(Penelitian Pada Pemilihan Kepala Desa Di Desa Nglumpang Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo).		<p>adalah sebagai berikut :</p> <p>Pertama, sebagai calon pemimpin yaitu sebagai calon Kepala Desa di Desa Nglumpang Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo Bapak Sucipto yang memperoleh kemenangan mutlak dengan perolehan suara signifikan dan mampu membawa suasana politik yang aman, damai dan tenang mempunyai kemampuan memilih gaya komunikasi yang sangat efektif sehingga mampu menarik simpati dari mayoritas pemilih yang mempunyai karakter yang berbeda-beda.</p> <p>Kedua Gaya Komunikasi politik yang digunakan oleh calon kepala Desa Nglumpang dikategorikan sebagai gaya komunikasi politik konteks rendah atau <i>Low Context</i> yaitu gaya komunikasi yang dalam menyampaikan suatu pesan cenderung tidak basa basi terlebih dahulu menyebutkan pesan secara lugas dan langsung pada pokok yang diinginkan atau <i>to the point</i>.</p>
--	--	--	--

Berdasarkan penjelasan kajian terdahulu diatas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Persamaan tersebut yaitu mengenai tema yang akan diteliti, yaitu mengenai faktor-faktor kemenangan calon dalam pemilu baik di desa ataupun di daerah. Sedangkan perbedaannya adalah yang pertama terdapat dalam objek penelitiannya yaitu Calon Junaedi Mulyono sudah menjadi kepala Desa Ponggok dalam 3 periode secara berturut turut dari tahun 2007-2025. Kedua terdapat pada lokasi penelitian

yaitu di Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten. Ketiga Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan Kualitatif yang di dukung dengan kuantitatif berupa data kuesioner dengan begitu kita dapat menerima hasil yang valid berdasarkan fakta, Empat teknik analisis data yaitu menggunakan teknik analisis data kualitatif dan kuantitatif Teknik analisis data kualitatif dalam penelitian ini yaitu reduksi data dengan merangkum hal-hal pokok, Display data atau penyajian data berupa teks dan verifikasi data pembuatan kesimpulan hasil penelitian. Teknik analisis data kuantitatif dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala likert dan menggunakan SEM-PLS. Penggunaan SEM-PLS dalam penelitian ini, bertujuan untuk menghitung validitas dan realibilitas.

1.5 Kerangka Teori

Kerangka teori dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting. Karena, Dengan adanya kerangka teori dapat mempermudah penulis dalam membuat penelitian dan untuk mengetahui kemana arah penelitian yang akan dilakukan tersebut.

1.5.1 *Political Marketing*

Adman Nursal Dalam bukunya yang berjudul *Political Marketing Strategi Memenangkan Pemilu*, menyebutkan *Political Marketing* merupakan aktivitas terencana baik jangka panjang maupun jangka pendek, untuk menyebar luaskan pengetahuan politik untuk para pemilih guna membentuk perilaku dan sikap pemilih untuk menjatuhkan pilihannya pada calon tertentu.

Menurut Andrias dan Nurohman (2013), Pemasaran politik merupakan aktivitas terencana, strategis guna menyebarkan politik bagi para pemilih baik jangka panjang maupun jangka pendek..

Menurut Nursal (2004), dalam *Political Marketing*, terdapat tiga strategi mengkampanyekan *Political Marketing* yaitu pemasaran produk politik secara langsung kepada calon pemilih (*Push Political Marketing*), pemasaran produk politik melalui media massa (*Pull Political Marketing*) dan melalui kelompok, tokoh atau organisasi yang berpengaruh (*Pass Political Marketing*).

Strategi merupakan suatu pendekatan secara menyeluruh yang akan digunakan dalam kampanye, atau suatu pendekatan yang digunakan dalam kondisi tertentu. Dalam konteks pemilihan kepala desa strategi bertujuan bukan hanya kemenangan akan tetapi terciptanya perdamaian dan politik yang kondusif. Penjelasan ketiga strategi adalah sebagai berikut :

a. Pemasaran Langsung Kepada Calon Pemilih (*Push Political Marketing*)

Push Political Marketing adalah pemasaran produk politik kandidat secara langsung ke warga atau calon pemilih. *Push Political Marketing* berfokus pada isu-isu penting bagi pemilih sedangkan pesan komunikasi dapat disampaikan secara langsung dan dapat juga melalui relawan dengan cara membagikan selebran. Relawan tersebut juga bertugas untuk mengumpulkan data pemilih berupa persepsi, sikap dan perilaku pemilih. Strategi

ini tergolong paling sulit dalam pemilihan tingkat nasional karena membutuhkan banyak tenaga dan biaya operasional. Namun cara ini cukup mudah untuk dilakukan dalam pemilihan skala lokal.

b. Pemasaran Melalui Media Massa (*Pull Political Marketing*)

Pull Political Marketing merupakan cara yang paling banyak digunakan pada saat ini. Media massa baik elektronik, cetak, mobile dan internet merupakan alat untuk penyampaian pesan pada strategi ini. Strategi ini mempunyai kelebihan dan kekurangan yaitu kelebihan dapat membombardir pesan pada semua kalangan akan tetapi mempunyai kekurangan bahwa cara ini tidak dapat diukur efektivitasnya secara langsung dan membutuhkan banyak biaya operasional media massa. Maka dari itu partai atau kandidat kaya raya yang biasanya menggunakan strategi ini.

c. Pemasaran Melalui Tokoh, Kelompok atau Organisasi Berpengaruh (*Pass Political Marketing*)

Pemasaran Melalui Tokoh, Kelompok atau Organisasi Berpengaruh (*Pass Political Marketing*) adalah strategi yang penyampaian pesannya melalui individu, organisasi atau kelompok yang memiliki pengaruh. Dalam strategi ini perlu berhati-hati dalam melakukannya karena apabila salah langkah akan berakibat fatal yaitu pesan komunikasi tidak diterima. Cara

lobby atau pendekatan pada strategi ini tergantung pada kelompok, organisasi ataupun individu.

Menurut Firmanzah (2012), marketing politik mempunyai empat bauran pemasaran yang biasa dikenal dengan istilah 4P yaitu Produk (Product), Promosi (Promotion), Harga (Price) dan Penempatan (Place). Empat bauran tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Produk (Product)

Produk politik yang ditawarkan adalah suatu yang kompleks yang dimana pemilih akan menikmatinya apabila partai atau kandidat sudah terpilih. Produk politik dalam hal ini adalah kandidat, gagasan atau ide, konsep, identitas ideologi, program dan kebijakan yang akan disampaikan. Dengan kata lain produk politik adalah personal character serta janji-janji kampanye kandidat.

2. Promosi (Promotion)

Promosi (promotion) adalah upaya periklanan, kehumasan, dan promosi untuk sebuah partai yang diolah sedemikian rupa sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Alat yang digunakan untuk memasarkan produk politik dapat berupa media massa seperti koran, selebaran, televisi dll. Promosi juga dapat dilakukan dengan cara melakukan pengerahan massa dalam jumlah besar untuk mengikuti sebuah acara atau bertemu dengan kandidat.

3. Harga (Price)

Harga (price), mencakup beberapa hal mulai dari psikologi, citra nasional, sampai ekonomi. Harga ekonomi yang dimaksud adalah biaya yang dikeluarkan selama periode kampanye. Harga psikologis mencakup pada persepsi psikologis seperti pemilih merasa senang dengan latar belakang kandidat mulai dari etnis, agama, pendidikan dll. Sedangkan citra nasional adalah pemilih merasa kandidat dapat memberikan aura positif bagi lingkungan sekitar dan dapat menjadi kebanggaan negara.

4. Penempatan (Place)

Penempatan (place) adalah cara hadir atau distribusi sebuah partai atau kandidat dalam berkomunikasi dengan para pemilih. Dengan begitu kandidat dan tim akan dapat meetakan karakteristik masyarakat mulai dari geografis maupun demografis. Pendistribusian pesan dalam pemilihan umum skala nasional atau daerah dapat dilakukan dengan cara berkunjung ke daerah-daerah dan juga dapat berkunjung ke tempat-tempat seperti pasar tradisional. Sedangkan untuk kandidat kepala desa, biasanya mereka telah berada satu wilayah dengan pemilih maka pendistribusian pesan dapat melalui kunjungan secara langsung ke rumah-rumah warga.

1.5.2 Faktor-Faktor Kemenangan Pemilu

Pemilihan Umum baik di desa maupun di daerah tentu terdapat faktor-faktor yang bisa menangkan kandidat dalam Pemilihan Umum tersebut. Penulis

Dalam penelitian ini menggunakan faktor modalitas, strategi kampanye dan incumbent.

1. Modalitas

Menurut Piere Bourdieu (dalam Putri 2017) membagi modal menjadi empat bentuk, yakni modal ekonomi, modal sosial, modal budaya dan modal simbolik, pembagian modal tersebut tercantum dalam bukunya yang berjudul *The Forms of Capital*, definisi modal sangat luas dan mencakup hal-hal material (yang dapat memiliki nilai simbolik), serta modal budaya (yang didefinisikan sebagai selera bernilai budaya dan pola-pola konsumsi). Dalam proses pelaksanaan pilkades, kandidat yang kemungkinan akan memenangkan pilkadesa jikalau ia memiliki modalitas yang terbangun. Modal utama yang harus dimiliki oleh kandidat yang ingin maju ialah modal politik, modal sosial, modal ekonomi dan modal budaya. Berikut merupakan tipe modal yang harus ada pada kandidat yang akan mengikuti kontestasi pilkades, Modal tersebut adalah :

a. Modal Politik

Dalam sebuah pagelaran Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) kontestan yang bertarung membutuhkan dukungan dari beberapa pihak atau yang biasa kita kenal dengan tim sukses. Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) adalah suatu kegiatan dan wadah bagi masyarakat desa untuk menentukan individu yang dirasa cocok untuk memimpin desanya dan menjalankan pemerintan di desa demi kemajuan desa.

Menurut Nasir (dalam Wijaya 2019) Modal politik adalah cara yang dilakukan kandidat dalam meramu modal yang mereka punyai untuk mendapatkan keuntungan secara politis dan mempertahankan kedudukannya secara politik. Modal politik berkaitan juga dengan pasar politik terdapat beberapa jenis pasar politik yaitu 1. Pemilu sebagai wadah bagi negara demokrasi dan juga dengan adanya pemilu maka akan terjadi sirkulasi kepemimpinan. 2. Implementasi kebijakan publik. 3. Pasang surut dan konflik antar pelaku politik ketika implementasi kebijakan publik. 4. Opini dan pandangan masyarakat terhadap aktor politik yang terlibat.

Menurut Misra dan juga Hick (dalam Wijaya 2019) Modal Politik adalah upaya pendayagunaan sumberdaya yang dimiliki agar dapat mengkokohkan dan mendapatkan kedudukan dalam lingkup pemerintahan. Sehingga dapat disimpulkan modal politik adalah kedudukan yang dipunyai seseorang dalam lingkup politik sehingga dapat terbantu dalam persaingan untuk memenangkan kontestasi seperti pemilu.

b. Modal Sosial

Modal sosial berkaitan erat dengan individu dan lingkungan sosial yang mereka tempati. Sumber daya sosial dapat dikategorikan seperti Sosok kepribadian, pekerjaan awal, kiprahnya di masyarakat atau ketokohnya di masyarakat (tokoh agama, tokoh adat, organisasi pemuda dll), pendidikan dan popularitas adalah aspek penunjang bagi

kandidat dalam pemilihan kepala desa karena untuk membangun relasi agar suatu kandidat atau calon kepala desa mendapatkan kepercayaan masyarakat untuk menduduki jabatan strategis atau ditokohkan.

Menurut Nurhasim (dalam Putri 2017) Modal Sosial adalah modal yang harus dimiliki kandidat sebelum mengikuti kontestasi pilkades dengan membawa latar belakang yang ia punyai. Karena dengan latar belakang tersebut maka akan terbangun kepercayaan dari masyarakat. Kepercayaan digunakan untuk memperoleh posisi atau kedudukan tertentu. Akan tetapi apabila kekuasaan yang sudah dipercayai dilanggar maka secara tidak langsung tingkat kepercayaan dari masyarakat untuk berikutnya akan berkurang bahkan hilang.

Menurut Ancok (dalam Putri 2017) Modal Sosial diuraikan menjadi dua kelompok yaitu kelompok pertama yang lebih menekankan pada jaringan hubungan sosial (sosial network), dan kelompok kedua adalah yang menekankan pada karakteristik yang melekat pada individu yang terlibat dalam interaksi sosial. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa modal sosial berkaitan erat dengan figur atau ketokohnya masyarakat yang dimana dengan ketokohan atau figur yang baik maka akan tercipta kepercayaan dari masyarakat.

c. Modal Budaya

Menurut Pierre Bourdieu dan Jean-Claude Passeron dalam bukunya "Cultural Reproduction dan Social Reproduction (1973). Modal budaya adalah merujuk pada aset bukan fiskal, modal budaya

dapat mencakup banyak hal seperti seni, pendidikan, ilmu sosial, intelektual dan bentuk bahasa. Modal budaya dapat dikatakan modal yang dibentuk oleh lingkungan sosial yang beraneka ragam. Orang memperoleh modal budaya sejak masih kecil melalui ajaran atau didikan orang tua dan lingkungan sekitar. Pendidikan yang diperoleh tersebut dapat berupa pendidikan formal maupun pendidikan warisan budaya dari keluarga individu tersebut. Menurut Putri (2017) Modal budaya mempunyai dari beberapa dimensi, tersebut antara lain yaitu :

- Kualifikasi formal (gelar yang di dapat seseorang)
- Pengetahuan praktis dan kemampuan budayawi
- Kemampuan untuk membedakan antara baik dan buruk, dan kemampuan untuk dibedakan

d. Modal Ekonomi

Modal ekonomi berperan penting dalam kontestasi Pemilihan Kepala Desa (Pilkades). Setiap calon yang akan mengikuti pilkades memerlukan persiapan modal ekonomi mulai dari awal sampai akhir tahapan pilkades, sebagai biaya operasional dalam berkampanye seperti mencetak banner/spanduk/brosur, dan berbagai kebutuhan lainnya. Pakar Ekonomi sudah lama membahas mengenai modal. Modal ekonomi adalah sejumlah uang atau dana operasional yang digunakan untuk kampanye pada saat pemilihan umum baik di desa maupun di daerah. Secara garis besar jika ditarik kesimpulan modal ekonomi adalah dana operasioanl selama pilkades berlangsung dan dukungan

ekonomi berupa dana politik yang bersumber dari dana pribadi maupun donatur atau relawan yang membantunya.

2. Strategi Kampanye

Dalam sebuah Pemilihan Umum baik di Desa maupun Daerah, selain modalitas yang unggul diperlukan juga strategi kampanye yang baik karena strategi merupakan salah satu hal krusial dalam Pemilihan Umum sebab apabila strategi tidak terbangun dengan baik maka kandidat atau calon akan mengalami kerugian baik secara waktu, tenaga dan finansial. Menurut Cangara (dalam Wijaya 2019) terdapat empat fase yang harus dilalui kandidat dalam merangkai strategi saat melakukan kampanye yaitu :

a. Penetapan Komunikator

Dalam kegiatan kampanye ketika berinteraksi dengan pemilih maka peran komunikator menjadi sangat krusial karena secara tidak langsung komunikasi menjadi tombak bagi kandidat dan tim pemenangannya untuk menjembatani visi dan ide calon dengan pemilih. Apabila kandidat menginginkan kemenangan pada kontestasi Pilkadaes, maka kandidat harus memilih komunikator yang tepat untuk menjadi juru kampanye. Sebab apabila kandidat tersebut salah atau tidak tepat memilih komunikator sebagai juru kampanye maka hasil yang diperoleh pasti akan kurang maksimal dan jauh dari yang diharapkan. Karenanya dalam memilih komunikator hendaknya kandidat menjadikan preferensi hal-hal seperti ; adanya kemampuan komunikasi yang

baik yang dimiliki, si komunikator juga hendaknya mempunyai ide dan gagasan yang banyak, dan terakhir sang komunikator juga hendaknya merupakan figure yang kreatif, dan juga inovatif sehingga dapat menjawab tantangan-tantangan yang ada didalam masyarakat saat berkampanye.

b. Menetapkan target sasaran

Masyarakat merupakan obyek atau sasaran bagi seluruh calon pada saat kontestasi pilkades berlangsung guna mendapatkan suara. Sebab hanya melalui tangan masyarakat calon tersebut dapat dikatakan memenangkan kontestasi pilkades dengan jalan dipilih masyarakat. Selain itu kandidat dan tim harus fokus dalam memahami masyarakat baik itu perilaku dan harapannya. Yang terakhir adalah kandidat dan tim harus menentukan masyarakat mana saja yang akan disasar untuk memperoleh suara pada pilkades. Karena dengan memetakan masyarakat mana saja yang akan disasar maka akan lebih efektif dalam melakukan kampanye dan mencegah terjadinya pemborosan anggaran.

c. Menyusun pesan kampanye

Menyusun pesan Kampanye merupakan salah satu hal yang perlu dilakukan karena secara tidak langsung menyusun pesan kampanye berkaitan erat dengan interaksi dan komunikasi dengan pemilih apabila kandidat dan tim sukses mempunyai pesan dalam hal ini adalah visi, misi, dan program kebijakan maka secara

otomatis dapat disampaikan kepada masyarakat. Karena hanya dengan pesan yang baiklah pemilih terketuk hatinya untuk memilih calon tersebut. Terdapat 4 hal yang harus diperhatikan kandidat dan tim dalam menyusun pesan yang akan disampaikan pada pemilih : Pertama, kandidat dan tim harus memahami secara baik terkait pesan yang akan mereka sampaikan. Kedua, pesan yang akan disampaikan harus berdasarkan fakta dan informasi valid sehingga pesan tersebut masuk akal dan dapat dipercaya. Ketiga, komunikator harus mempunyai seni retorika, memainkan intonasi berbahasa dan didukung gesture yang dapat membangkitkan antusias. Terakhir, komunikator dalam penyampaian pesan harus mengandung humor sehingga pemilih tidak jenuh dan bosan mendengarkan pesan yang disampaikan. Pesan jika dilihat dari cara pesan tersebut disampaikan : Pertama, penyampaian pesan dengan cara persuasif, Kedua penyampaian pesan dengan cara propaganda dan yang terakhir penyampaian pesan untuk memberi informasi atau menginformasikan.

d. Memilih media yang digunakan

Memilih media pada saat kampanye merupakan salah satu hal yang sangat penting. Hal ini mengingat sebaik apapun komunikator dan pesan yang disusun akan kurang maksimal hasilnya jikalau salah dalam memilih jenis media yang dipakai pada pagelaran pilkades saat berkampanye seperti ; Media Cetak (Spanduk,

Brosur, Stiker dll) dan Media Sosial (Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter dll) selain media cetak dan media sosial dengan cara bertemu langsung dengan pemilih juga dapat dilakukan pada pemilihan umum baik di daerah maupun di desa.

3. Incumbent

Incumbent adalah posisi seseorang yang sedang menjabat (penguasa) dan akan mencalonkan kembali dalam pemilihan. Secara harfiah incumbent berasal dari bahasa latin yang bermakna "bukti". Maksud dari bukti ini apakah calon incumbent ini adalah calon yang sedikit banyak telah membuktikan kemampuannya dalam memimpin atau bahkan sebaliknya, incumbent telah membuktikan kegagalannya dalam memimpin. Sehingga semua akan kembali kepada rakyat yang akan menentukannya.

Menurut Osuagwu (2008) pada sebagian besar Negara demokrasi di dunia para politisi dan partai politik mencari teknik pemasaran yang taktis dan strategis untuk membuat diri mereka relevan dimata pemilih dan mendapatkan dukungan suara dalam pemilu atau kembali dipilih pada pemilu berikutnya, para politisi dan partai politik menyadari perlunya mencocokkan penawaran politik mereka dengan nilai-nilai inti audiens yang relevan. Maka, strategi keterpilihan petahana adalah cara, metode dan teknik yang digunakan calon petahana dalam mengikuti kontestasi pemilu melalui jabatan sebagai wakil rakyat guna terpilih kembali dengan mempertimbangkan aspek nilai-nilai inti audiens yang relevan.

Sheth & Frazier (1982) menjelaskan strategi yang dipakai oleh kandidat atau partai politik dalam memperebutkan atau mempertahankan suara bisa dilakukan melalui empat proses, yaitu

1. *Reinforcement Process* (Proses Penguatan), yakni menjaga orang dalam sikap positif melalui memperkuat perilaku, memperkuat sikap atau memperkuat keduanya
2. *Inducement Process* (Proses Bujukan), yakni mengubah perilaku orang dalam sikap negatif menjadi positif;
3. *Rationalization Process* (Proses Rasionalisasi), yakni menghasilkan perubahan sikap perilaku yang lebih konsisten; dan
4. *Confrontation Process* (Proses Konfrontasi), yakni mengubah perilaku sosial dalam opini publik dengan menggunakan basis kekuatan yang dimiliki untuk mengubah perilaku sosial secara masif. Setiap elemen dapat dijadikan sebuah strategi untuk memperebutkan atau mempertahankan suara didalam pemilu.

Menurut Iwan Satriawan dan Andi Saputra (2010) terdapat faktor kemenangan incumbent yaitu :

1. Kampanye Permanen

Posisi incumbent, menguntungkan bagi kandidat. Besarnya peluang Kepala Desa terpilih kembali ini tidak bisa dilepaskan dari keuntungan yang didapat oleh Kepala Desa, baik keuntungan langsung maupun tidak langsung. Keuntungan langsung yang didapat oleh Kepala Desa yang tengah menjabat adalah dalam

bentuk popularitas. Kepala Desa kemungkinan adalah orang yang paling dikenal oleh pemilih. Sementara keuntungan tidak langsung didapat oleh Kepala Desa incumbent dari aktivitasnya sebagai Kepala Desa. Kunjungan ke masyarakat untuk melihat langsung warganya hingga mempromosikan diri sebagai kampanye tidak langsung kepada masyarakat.

Seorang incumbent tentu saja sudah banyak dikenal oleh masyarakat di desa karena kedudukannya sebagai orang nomor satu di desanya. Dengan demikian ia lebih populer dibandingkan dengan yang lain. Dengan popularitas yang dimiliki tersebut merupakan modal sosial bagi incumbent untuk mendapat dukungan masyarakat di desa. Selain itu, incumbent dapat menguasai opini publik di desanya. Melalui kemampuan incumbent menaikkan citra dirinya, mereka dapat "menguasai" media massa. Selama masa kampanye, misalnya, mereka dapat menciptakan isu yang menarik perhatian media, sehingga publikasi kampanye mereka luas. Melalui jaringan birokrasi, incumbent dapat memobilisasi mesin birokrasi untuk memobilisasi massa. Sebagai Kepala Desa yang sedang berkuasa, ia dapat memanfaatkan program-program dan anggaran pemerintah (baik dari pusat maupun daerah) untuk mempertahankan popularitasnya. Bentuk kunjungan-kunjungan ke rumah warga secara tidak langsung juga dapat menjadi "fasilitas gratis" untuk menanam simpati dan menarik simpati massa. Selain

itu kucuran bantuan yang nota bene dari pemerintah, secara psikologis dapat kian merekatkan hubungan emosional.

2. Fenomena dan Budaya Masyarakat

Suatu yang ironi dalam masyarakat rasional dimana jatuhnya pilihan lebih didominasi factor figur ketimbang isu atau program. Sejatinya isu atau program yang berisi tentang *need and hope* (kebutuhan dan harapan) mestinya menjadi faktor dominan bagi pemilih dalam menentukan pilihannya. Karena pada saat sudah menjadi "penguasa", maka dengan mudah masyarakat untuk memberi penilaian dan justifikasi dalam menjalankan roda pemerintahan kandidat yang terpilih.

Pilihan-pilihan pragmatis seperti ini hampir menjadi hal yang lumrah di Indonesia. Hal ini juga tidak terlepas dari rendahnya kesadaran politik masyarakat kita yang tidak mencoba melihat sisi-sisi yang lain seperti dengan melihat visi-misi dan program calon yang sifatnya lebih memberikan keuntungan bagi desa untuk jangka panjang. Dalam Pemilihan umum baik di Desa maupun di Daerah, factor incumbent merupakan salah satu factor yang bisa mempengaruhi kandidat untuk memenangi pemilihan umum. Pada penelitian ini penulis menggabungkan factor incumbent kedalam factor Modalitas.

1.5.3 Pemilihan Kepala Desa (Pilkades)

Sistem pemilihan kepala desa di Indonesia dipilih langsung oleh penduduk desa, calon yang memenuhi syarat serta mempunyai suara terbanyaklah yang menjadi kepala desa. Pemilihan kepala desa dapat dijadikan sebagai sarana pendidikan politik masyarakat. Pendidikan politik dapat diartikan sebagai usaha sadar untuk mengubah proses sosialisasi politik masyarakat sehingga mereka memahami terhadap nilai-nilai yang terkandung dalam suatu sistem politik (Kansil,2005).

Menurut Unang Sunardjo (2004) kepala desa adalah penyelenggara dan penanggung jawab utama di bidang pemerintahan, pembangunan, kemasyarakatan, dan urusan pemerintahan umum termasuk pembinaan ketentraman dan ketertiban. Disamping itu kepala desa juga mengemban tugas membangun mental masyarakat desa baik dalam bentuk menumbuhkan maupun mengembangkan semangat membangun yang dijiwai oleh asas usaha bersama dan kekeluargaan.

Sedangkan menurut Ramlan Subakti (2005) kepala desa adalah penguasa tunggal dalam pemerintahan desa dalam melaksanakan dan menyelenggarakan urusan rumah tangga desa dan disamping itu ia menyelenggarakan urusan-urusan pemerintah, meskipun demikian di dalam melaksanakan tugasnya ia mempunyai batas-batas tertentu, ia tidak dapat menuruti keinginannya sendiri.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepala desa adalah orang yang bergerak lebih awal, memelopori, mengarahkan, membimbing, menuntun dan menggerakkan masyarakatnya melalui pengaruhnya dan sekaligus melakukan pengawasan terhadap tingkah laku masyarakat desa yang dipimpinnya. Tujuan dari diadakannya pilkades adalah memilih seseorang yang dianggap cocok dan mampu untuk memimpin dalam lingkungan desa guna membangun desanya untuk beberapa tahun kedepan. Pilkades dipilih secara langsung oleh warga desa yang sudah memenuhi syarat.

Menurut Dede Mariana (2008) Kepala Desa dipilih berdasarkan asas Luber (Langsung, Umum, Bebas, Rahasia) oleh masyarakat desa yang sudah berumur minimal 17 tahun atau sudah pernah menikah dan berwarga negara Indonesia. Asas Luber dalam Pemilu yang dimaksud adalah :

1. Asas Langsung yaitu Masyarakat melakukan pemilihan secara langsung sesuai pilihan hati nuraninya tanpa perantara.
2. Asas Umum yaitu bersifat umum bagi warga negara Indonesia yang sudah memenuhi syarat yakni usia minimal 17 tahun atau sudah pernah menikah.
3. Asas Bebas adalah warga yang sudah mempunyai hak memilih pada saat pemilu berlangsung bebas dalam memberikan suara tanpa adanya pengaruh dan paksaan orang lain.
4. Asas Rahasia adalah pemilih suara yang diberikan sudah jamin kerahasiaannya oleh peraturan perundang-undangan bahwa suara

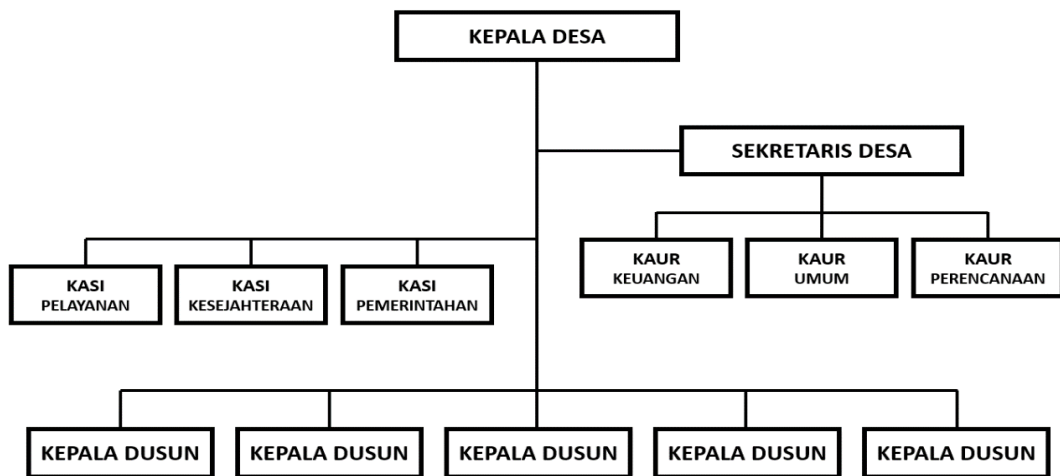
yang diberikan tidak akan diketahui atau di sebarluaskan oleh siapapun dengan cara apapun.

Berdasarkan Undang-undang Dasar 1945 Pasal 22E ayat 1, "Pemilihan umum dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil setiap lima tahun sekali". Itu yang menjadi asas-asas pelaksanaan pemilu yang kemudian disingkat Luber dan Jurdil.

1.5.4 Pemerintah Desa

Pemerintah Desa adalah unsur-unsur penyelenggaran pemerintahan di tingkat desa. Dalam UU Nomor 6 Tahun 2014 disebutkan bahwa "Pemerintah Desa adalah Kepala Desa atau yang disebut dengan nama lain dibantu perangkat Desa sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Desa". Pemerintah Desa juga berwenang mengurus pengelolaan aset dan potensi daerahnya sendiri. Penyelenggaraan Pemerintahan Desa menurut UU Nomor 32 Tahun 2004 sebagaimana dikutip oleh Ita Ulumiyah, dkk., (2013) menyebutkan bahwa dalam penyelenggaraannya dilakukan pengaturan yang berdasarkan pada keberagaman, kehidupan demokrasi, otonomi wilayah, adanya partisipasi masyarakat sertapemberdayaan masyarakat. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemerintahan di tingkat desa mempunyai wewenang sebagai pengatur serta pengurus berbagai kepentingan (Ulumiyah, I., dkk, 2013).

Pemerintah Desa terdiri dari unsur penyelenggaran pemerintahan yang terdiri dari Kepala Desa, Sekretaris Desa (beserta kepala-kepala urusan), Pelaksana Teknis, serta Pelaksana Kewilayahan (kepala-kepala Dusun).



Gambar 1.1 Bagan Struktur Organisasi Pemerintah Desa

Pemerintahan desa memiliki tugas dan wewenang sesuai dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Pemerintahan desa dilengkapi dengan struktur organisasi, di dalam struktur organisasi tersebut terdapat aparatur pemerintah desa dengan tugas dan fungsinya masing-masing. Tujuan dari adanya struktur organisasi tersebut adalah dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat desa dan agar dapat menjalankan fungsi-fungsi dari organisasi pemerintahan.

1.6 Definisi Konsepsional

Adapun definisi konsepsional yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Political Marketing

Political Marketing adalah cara strategis dalam kegiatan perpolitikan yang dilakukan oleh seorang kandidat untuk memenangkan pemilu .

2. Faktor-Faktor Kemenangan Pemilu

Faktor-Faktor Kemenangan Pemilu adalah suatu peristiwa atau keadaan yang menyebabkan atau melatarbelakangi seorang kandidat dapat memenangkan pemilihan umum.

3. Pemilihan Kepala Desa (Pilkades)

Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) adalah proses demokrasi untuk memilih pemimpin di tingkat desa yang di pilih secara langsung oleh masyarakat desa tersebut. Calon yang memenuhi syarat dan yang mendapatkan suara terbanyaklah yang akan menjadi kepala desa. Kepala desa memegang jabatan selama 6 tahun terhitung sejak pelantikan dan dapat menjabat paling banyak 3 kali masa jabatan secara berturut-turut atau tidak secara berturut-turut.

4. Pemerintah Desa

Pemerintah Desa adalah orang-orang yang memiliki wewenang untuk menjalankan kegiatan pemerintahan di desa serta melakukan kegiatan pelayanan, pembinaan, dan pemberdayaan masyarakat desa melalui badan atau organisasi yang dimilikinya.

1.7 Definisi Operasional

Adapun Definisi Operasional yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Modalitas
 - a. Modal Politik
 - Kepemilikan Jabatan Di Desa
 - Program Dan Kebijakan
 - Adanya Tim Sukses Yang Solid
 - Efek Image Nasional (Keberhasilan Membuat Desa Ponggok Dari Desa Miskin Menjadi Desa Kaya)
 - b. Modal Sosial
 - Interaksi Sosial Kepada Masyarakat
 - Jaringan-Jaringan Yang Mendukung
 - c. Modal Ekonomi
 - Biaya Operasional
2. Strategi Kampanye
 - a. Menetapkan Target Sasaran
 - b. Menyusun Pesan-Pesan Kampanye
 - c. Memilih Media yang akan digunakan

1.8 Metode Penelitian

Ketika melakukan penelitian adakalanya dapat membuat suatu tahapan-tahapan tersebut dapat membuat penelitian kita menjadi terarah dan dapat dipahami dengan baik, tahapan tersebut dapat menggunakan alat yang di sebut metode. Menurut Rosdy Ruslan, metode merupakan suatu kegiatan ilmiah saling terhubung melalui sistem cara kerja dengan memahami suatu subjek maupun objek penelitian dalam strategi menemukan suatu jawaban secara ilmiah dan keaslian dari sesuatu yang diteliti. Maleong juga menyatakan bahwa metode penelitian dapat di defenisikan pada suatu yang ilmiah dengan bertujuan sebagai pemahaman suatu fenomena kejadian dalam lingkup konteks sosial secara ilmiah dengan mengutamakan konteks sebuah proses interaksi komunikasi yang terjalin secara mendalam antara peneliti dengan yang diteliti.

1.8.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian Kualitatif yang di dukung dengan Kuantitatif berupa data Kuesioner. Menurut Sugiyono (2011:5) menyatakan bahwa metode kualitatif yakni suatau prosedur yang digunakan untuk meneliti pada obyek alamiah dan peneliti disini sebagai kunci. Sedangkan menurut Moleong (2017:6) Penelitian Kualitatif adalah Penelitian yang dilakukan mempunyai maksud untuk mengetahui peristiwa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya kepribadian, kemauan, perbuatan, secara holistic, dan melalui model deskripsi dengan bentuk kata-kata dan Bahasa, dalam suatu konteks tertentu yang alamiah dan dengan menggunakan berbagai metode alamiah.

Penelitian yang berjudul Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten) merupakan suatu objek kasus yang baiknya menggunakan Metode Kualitatif yang didukung dengan Kuantitatif berupa data kuesioner, Dengan itu kita dapat menerima hasil yang valid berdasarkan fakta. Teknik pengumpulan data penelitian dapat dilakukan dengan cara kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Dengan begitu diharapkan dapat mengetahui Bagaimana Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten).

1.8.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Desa Ponggok. Lokasi penelitian tersebut memungkinkan untuk mendapat banyak data-data akurat yang akan diteliti. Di lokasi penelitian tersebut Kepala Desa Ponggok dan masyarakat Desa Ponggok yang mengikuti/mencoblos dalam Pemilihan Kepala Desa Ponggok tahun 2019 yang menjadi sumber data bagi penulis dan memungkinkan bahwa memiliki informasi yang akurat dan pasti mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten).

1.8.3 Jenis Data

Penulis menggunakan 2 jenis data dalam penelitian ini, yaitu menggunakan data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data Primer yaitu data yang diterima oleh peneliti langsung atau (tangan pertama) dalam memperoleh data yang dicari (Istijanto, 2005). Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan melalui kegiatan Wawancara dan Dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Adapun data primer yang dimaksud adalah jawaban atas pertanyaan dan pendapat informan yang dianggap mampu dan sesuai dengan topik penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data pendukung atau data kedua yang diperoleh peneliti dilapangan. Data sekunder diberikan oleh pihak-pihak terkait berupa informasi sekilas (Istijanto, 2005). Data sekunder merupakan data pendukung yang digunakan dalam penelitian untuk melengkapi data primer. Data sekunder diperoleh dari buku-buku terkait, jurnal, arsip, peraturan/undang-undang, media masa, dan penelitian terdahulu yang sesuai dengan topik penelitian ini.

1.8.4 Unit Analisis Data

Dalam Penelitian ini, Penulis akan mendapatkan berbagai informasi dari informan yang ditemui dilapangan pada saat melakukan penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Desa Ponggok. Serta orang lain yang dianggap mampu dan cakap sesuai dengan topik penelitian yang diangkat.

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada Penelitian yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten) antara lain sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan antara dua orang atau lebih dengan disengaja untuk saling bertukar informasi dan ide melalui sesi Tanya jawab, sehingga dapat mengarahkan pada makna dalam suatu topik tertentu. Dengan wawancara secara langsung tersebut kita dapat memperoleh jawaban yang valid karena data-data tersebut diperoleh dari sumber-sumber yang bersangkutan dan tentunya data tersebut adalah data yang sesuai fakta kejadian yang telah terjadi, dengan wawancara mendalam kita bisa tahu Faktor-Faktor Apa Saja Yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten). Dimana dalam hal ini penulis akan mewancarai diantaranya Kepala Desa Ponggok yaitu Junaedi Mulyono, dan Tokoh Masyarakat yang dimaksud adalah Panitia Pilkades tahun 2019 yaitu Sugeng Raharjo. Sugeng Raharjo selain menjadi panitia pilkades juga menjadi Kasi Kesejahteraan Dan Pelayanan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2013), Yakni berupa catatan-catatan pariwisata yang sudah terjadi. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau dari seseorang. Dokumentasi merupakan salah satu cara dalam pengumpulan data penelitian yang menggunakan alat seperti kamera, handphone dll. Sebagai penunjang bahwa data tersebut asli dan akurat.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti dengan menggunakan skala likert. Sirnayatin (dalam Gustiyana, 2018). Kuesioner dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data dari masyarakat mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemenangan Junaedi Mulyono Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 (Studi Kasus : Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten)

1.8.6. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Ponggok yang mengikuti/mencoblos dalam Pemilihan Kepala Desa Ponggok tahun 2019 yang berjumlah 1.334 orang (sumber :

<https://bit.ly/2NftrxW> diakses pada tanggal 28 september 2020 pukul 16:21).

2. Sampel

Menurut Syaroh (dalam Gustiyana, 2018). Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari objek yang merupakan sumber data. Sedangkan Sugiyono (2016) mengartikan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel biasanya terdiri atas sejumlah kecil unit sampling yang proporsional dan biasanya merupakan elemen-elemen target yang dipilih dari kerangka samplingnya. Adapun dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin dengan perhitungan jumlah sampel, populasi, dan batas toleransi kesalahan 10 % (error tolerance).

Adapun Penghitunganya sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N (e)^2} \\ &= \frac{1.334}{1 + 1.334 (0,1)^2} \\ &= \frac{1.334}{1 + 13,34} \\ &= \frac{1.334}{14,34} \\ &= \mathbf{93} \end{aligned}$$

Keterangan

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas Toleransi
Kesalahan (error tolerance)
(10%)

Pada Penelitian ini penulis menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan metode *Simple Random Sampling* Menurut Sugiyono (2017) “*Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Sedangkan menurut Sugiyono (2017) *Simple Random Sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

1.8.7 Teknik Analisis Data

Analisis yang baik membutuhkan pengolahan data yang dilakukan secara efisien. Menurut Miles and Huberman (Sugiyono) menjelaskan terdapat 3 tahapan dalam teknik analisis data yaitu :

1. Reduksi Data

Reduksi data menurut sugiyono (2012) yaitu merangkum serta memilih hal-hal yang dianggap pokok, memfokuskan pada hal yang penting, pencarian pola serta temanya. Sehingga data yang sudah selesai direduksi akan menghasilkan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah dalam pengumpulan data oleh peneliti dan untuk melakukan pengumpulan data berikutnya.

2. Display Data

Display data menurut Miles and Huberman (Sugiyono 2012) yaitu penyajian data dalam penelitian kualitatif berupa teks yang sifatnya naratif yang bertujuan untuk mempermudah serta dapat dipahami dengan

baik apa yang sedang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang sudah dipahami tersebut.

3. Kesimpulan Data

Verifikasi data dalam analisis kualitatif adalah penarikan kesimpulan yang dimana melalui tahap awal penelitian yang sudah didukung bukti-bukti yang valid dan konsisten dalam pengumpulan data-data penelitian di lapangan yang dimana dapat menjadi kesimpulan penelitian yang kredibel (Sugiyono 2012).

Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan *Skala Likert*. Menurut Sugiyono (2013) *Skala Likert* adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui persepsi, sikap, dan pendapat individu maupun kelompok mengenai fenomena sosial terkait. Langkah Pertama Penulis adalah membuat pernyataan yang akan disebarakan kepada responden dengan tujuan untuk memperoleh data atau keterangan dari responden. Responden dalam penelitian kali ini adalah masyarakat yang mencoblos pada pemilihan kepala desa ponggok tahun 2019. Langkah selanjutnya setelah data diperoleh adalah pemberian nilai pada setiap jawaban dalam *Skala Likert* terdapat 5 kategori nilai yaitu :

Tabel 1.2

Skala Likert

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber :Sugiyono (2013)

Mengacu pada ketentuan tersebut, Langkah selanjutnya setelah pemberian nilai pada jawaban yaitu penghitungan statistik pada jawaban tersebut untuk mengetahui tingkat pengaruh dari setiap jawaban tersebut dan langkah selanjutnya disajikan kedalam tabel untuk dihitung rata-rata setiap jawaban kemudian hasil rata-rata kategorikan berdasarkan tabel 1.3

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

$$= \text{LebarSkala} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

- a. Indeks Minimum = 1
- b. Indeks Maksimum = 5
- c. Interval = 5-1 = 4
- d. Jarak Interval = (5-1) : 5 = 0,8

Tabel 1.3

Kategori Skala Likert

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Rendah
1,81	2,60	Rendah
2,61	3,40	Sedang
3,41	4,20	Tinggi
4,21	5,00	Sangat Tinggi

Sumber :Sugiyono (2013)

Penelitian ini menggunakan SEM-PLS untuk melakukan analisis data. Menurut Ngunadi & Anondho (2018) SEM-PLS merupakan metode model persamaan struktural yang membangun model prediktif dan memiliki banyak faktor dan setara. SEM merupakan metode analisis antara dua atau lebih variabel, yang merupakan sebuah teknik persilangan dari dua atau lebih populasi yang memiliki beberapa aspek yang tegas baik itu dari analisis faktor yang ada dalam permasalahan, hal ini disampaikan oleh Sarwono (dalam Ngunadi & Anondho,

2018). Menurut Hair et.al (dalam Juliandi 2018) PLS adalah metode yang dapat digunakan dengan jumlah sampel kecil maupun sampel dalam jumlah besar yang dapat meningkatkan perkiraan kedekatan perbedaan nilai dalam pengukuran ulang. Dalam pengelolaan data SEM tersebut menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0.

Penggunaan SEM-PLS dalam penelitian ini, bertujuan untuk menghitung validitas dan realibilitas. Menurut Hair et.al (dalam Coryanata, 2016) Validitas memiliki tujuan untuk mengukur kualitas, kebenaran, dan melihat berapa baik konsep tersebut didefinisikan dalam suatu ukuran. Menurut Mustofa (dalam Juliandi, 2018) Realibilitas digunakan untuk mengukur ketepatan dan tingkat kepercayaan dalam penelitian. Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Uji validitasi kuesioner menggunakan R-Hitung dan R-Tabel

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauhmana ketepatan alat ukur dalam penelitian ini dapat mengukur apa yang perlu diukur. Apabila tingkat validitasnya tinggi, maka semakin rendah tingkat kesalahannya. Dengan demikian, data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang memadai. Uji validitas ini menggunakan analisis korelasi pearson product moment dengan bantuan program SPSS. Dalam uji validitas, apabila r hitung $>$ r tabel maka item pernyataan tersebut dapat dikatakan valid Jika r hitung $<$ r tabel maka item pernyataan tersebut tidak valid dimana r tabel untuk 93 responden adalah 0,202.

2. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan *cronbach's alpha*

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya dan untuk melihat tingkat konsistensi data yang diperoleh. Pengujian ini dapat dilakukan menggunakan aplikasi SPSS. Uji reliability atau reliabilitas, pengujian data ini didasarkan pada *cronbach's alpha*, nilai hasil uji data ini dikatakan reliabel jika nilai hasil *cronbach's alpha* > 0.70 , Sancaka (dalam Anggraeny et al, 2020).