

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia dengan sistem demokrasi melaksanakan pemilihan umum pada tingkat nasional hingga daerah. Adanya pemilu yang bersifat langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil telah dimulai dari pilpres, DPD serta DPR, bupati, Gubernur hingga kepala desa. Namun ada pula yang tingkat pemilihannya melalui musyawarah dari masyarakat yaitu ketua RT dan RW salah satu dari negara kita yang demokrasi dan terjadi pada masyarakat.

Dilaksanakannya pemilu dari tingkat tertentu, Indonesia adalah salah satu bukti dari adanya demokrasi yang telah dilaksanakan oleh masyarakat Indonesia. Pada pemilu, masyarakat harus bisa memakai hak kebebasannya pada saat mengajukan pendapatnya di muka umum juga menentukan pilihannya. Adanya peraturan secara resmi dari UUD 1945 yang menjamin kebebasan untuk masyarakat, dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 28 yang mengatakan “kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan dan sebagainya ditetapkan dengan undang-undang”. UUD 1945 No.9 Th 1998 juga menyebutkan tentang kemerdekaan menjelaskan pendapat muka umum yang menjelaskan “setiap warga negara, secara perorangan atau kelompok, bebas menyampaikan pendapat sebagai perwujudan hak dan tanggung jawab berdemokrasi dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara”.

Pemilihan Kepala Desa adalah salah satu dari proses demokrasi di Indonesia yang aktivitas politiknya dari dasar telah berlangsung. Pada pilkades menunjukkan bahwa masyarakat di desa ialah masyarakat yang sudah melaksanakan demokrasi pada tingkat daerah. Soetardjo Kartohadikoesoemo mengatakan pilkades adalah salah satu pada proses

politik di desa yang dimana menunjukkan demokrasi sudah berkembang jauh sebelum negara Indonesia berdiri.<sup>1</sup>

Pemilihan Kepala Desa sebagai manifestasi dari pelaksanaan otonomi daerah yang sesuai dengan Perppu No. 43 Tahun 2014 tentang pelaksanaan Desa yang memiliki implementasi pemerintahan Desa, baik dari pengelolaan dan pelaksanaan administrasi bahkan restrukturisasi yang ada di desa dalam terjadinya pelaksanaan pemilihan kepala desa tersebut.

Pemilihan Kepala Desa (pilkades) menjadi suatu pesta demokrasi yang sangat terlihat nilai demokrasi dengan fanatisme yang dimiliki masyarakat terhadap calon Kepala Desa (cakades) yang diusung oleh masyarakat tanpa ada intervensi dari partai politik dan menjaga keutuhan bangsa dari tataran paling dasar yakni di pedesaan.

Budaya politik di pedesaan masih menganut budaya paternalistik dengan sifat irasional yang dimiliki masyarakat dalam memberikan hak-hak politiknya sesuai dengan formalitas dan prosedural yang dimiliki ketika proses pemilihan kepala desa yang dimiliki harus terselenggara dengan tertib, aman, tentram, jujur, adil, dan transparan dalam pelaksanaannya. Hal tersebut ditujukan supaya terjadinya partisipasi aktif dari masyarakat dalam mengimplementasikan nilai demokrasi khususnya memilih calon yang ditujunya.

Sistem pilkades yang selalu dipakai di Indonesia ini berlangsung secara jujur, adil, bersih, dan langsung dipilih oleh masyarakat desa tersebut yang sesuai dengan kriteria yang sudah diatur di dalam perundang-undangan, peraturan daerah, peraturan bupati, dan peraturan desa dalam pelaksanaan pilkades tersebut. Usaha membangun pendidikan politik di dalam pelaksanaan pemilihan kepala desa menjadi suatu implementasi

---

<sup>1</sup> Ardi Kurniawan, *Manajemen Pemenangan Calon Kepala Desa terpilih di Desa Medani Kecamatan Tegowanu Kabupaten Grobogan*. (Semarang: 2019, Skripsi Unnes), Hlm. 3

sosialisasi politik dalam peningkatan partisipasi politik aktif dari masyarakat itu sendiri guna meningkatkan suasana politik demokratis di pedesaan.

Calon Kepala Desa yang menang dalam pertarungan politik pilkades memiliki integritas untuk menganalisis, melakukan perencanaan, pengimplementasian gagasan politik semasa kampanye, mengintegrasikan pembangunan, memelihara aspirasi masyarakat yang berkolaborasi dengan pemerintah desa guna menjaga capaian dari komunikasi politik yang telah dilakukan sebagai langkah strategi taktis pemenangan. Strategi pemenangan politik ini bagian dari rangkaian mengampanyekan gagasan politik semasa kampanye guna mendulang suara masyarakat dengan tujuan untuk mendapatkan suatu efek yang besar secara bertahap.

Menurut Snyder dalam Yustian, kampanye politik merupakan suatu agenda yang berisikan aktivitas komunikasi yang terstruktur, sistematis, dan terorganisir sesuai dengan arah tujuan untuk mendapatkan simpati dan empati masyarakat tertentu sesuai dengan agenda politik yang direncanakan dalam masa kampanye.<sup>2</sup>

Instrumen yang dimiliki ditinjau dari kepentingan politik dengan kelompok yang berupaya menjelaskan kebenaran dari tujuan kepada khalayak umum sebagai manifestasi integrasi kampanye politik yang bertujuan memiliki legitimasi politik dari masyarakat sebagai prasyarat fondasi kebebasan individu memilih calon kepala desa sebagai wakil masyarakat dalam penentu kebijakan publik di pedesaan.

Menurut Arnold Steinberg, kampanye politik merupakan suatu kegiatan yang berisi proses memberikan gagasan politik kepada masyarakat untuk digunakan oleh warga negara dalam mengimplementasikan demokrasi untuk menentukan pilihannya kepada siapa yang akan memerintah mereka.<sup>3</sup> Hal tersebut didasari oleh kampanye politik yang berusaha memberikan hubungan masyarakat dengan bertujuan mendapatkan hasil yang pasti terhadap suara yang dihasilkan, ini merupakan bagian dari kerja-kerja tim sukses

---

<sup>2</sup> Op. Cit. Hlm. 31

<sup>3</sup> Ibid

dalam mengampanyekan nilai politik supaya calonnya ini dikenal masyarakat luas baik personal, gagasan, dan latar belakangnya.

Komunikasi yang baik memiliki nilai propaganda terhadap suatu kelompok yang terorganisir sesuai citra partisipasi aktif maupun pasif di dalam melakukan tindakan yang dilakukan suatu masa yang terdiri dari sekelompok individu yang memberikan strategi pemenangan politik. Propaganda memiliki peranan yang sangat penting dalam melakukan perekrutan massa yang mengarahkan basis massa tersebut melakukan konsolidasi penyamaan ideologisasi untuk mendukung calon yang diusung sebagai langkah pemenangan politik yang didasari oleh komunikasi politik yang masif, terencana, dan sistematis menggunakan metode sugesti untuk membentuk suatu opini publik dalam pengumpulan pendapat yang dikemukakan setiap individu secara persuasif.

Sistem strategi kampanye banyak yang menjadikan analisis propaganda opini publik sebagai bagian dari pemenangan politik yang dinormalisasikan untuk kemudian mudah diterima oleh masyarakat dikarenakan mudahnya propaganda politik secara komunikatif menjadi bagian dari alat persuasi masyarakat yang menggiring pilihan masyarakat. Dalam hal ini dibutuhkan tokoh politik melakukan *public hearing* dan *public speaking* untuk mendapatkan simpati masyarakat yang menyugesti pendapat masyarakat terhadap calon yang dikampanyekan sesuai tugas dan fungsi yang dimiliki. Pembentukan opini publik yang dilakukan oleh tim kampanye akan mempengaruhi paradigma masyarakat dalam menentukan pilihan yang didasarkan pada opini tanpa fakta kebenaran, hanya berdasarkan pada desas-desus belaka sesuai dengan agenda politik yang diciptakan sesuai dengan keinginan tim kampanye.

Pilkades ialah sebuah bayangan dari demokrasi yang simpel tetapi kompleks yang dimana telah diterapkan di Indonesia. Sebelum Indonesia merdeka, rakyat telah menentukan siapa yang akan memimpin pada daerah tertentu melalui musyawarah pada pemilihan langsung. Maka dari itu konsep yang kemudian Indonesia ini melaksanakan sebuah pemilihan umum yang harus ada jujur dan adil di dalamnya yang menggunakan pemilihan eksekutif dan legislatif. Pada tanggal 26 Agustus 2018 Kabupaten Bekasi pun

telah melaksanakan pilkades pada 17 Desa termasuk Bojongsari yang di ikuti lima calon kepala desa yaitu:

**Tabel 1 Calon Kepala Desa Bojongsari Tahun 2018**

No	Nama
1	Asep Decky Maharani
2	Asep Saepuloh
3	Suwardi
4	Romli
5	Mulyana S Muslim

Data diperoleh dari data sekunder yang diolah dari wawancara

Antusias yang diberikan masyarakat desa Bojongsari dalam berdemokrasi bisa terlihat pada persiapan yang telah disiapkan dari awal secara serentak pada Desa Bojongsari yang dilakukan oleh para calon kepala desa yang akan menduduki jabatannya di Desa Bojongsari ini. Dari awal pendaftaran hingga dinyatakan sah menjadi kepala desa, terdapat lima kandidat yang menjadi kepala desa yang dapat dilihat pada tabel di atas, dan masyarakat pun dapat memilih calon yang akan dipilihnya apabila telah mendaftar untuk melakukan pemilihan menggunakan hak pilihnya saat pilkades.

Pada pemilihan pilkades di Desa Bojongsari ini dimenangkan oleh Bpk. Mulyana S muslim karena dengan pemasaran politik yang beliau gunakan dengan cara bersilaturahmi kepada tokoh masyarakat yang ada dan juga meminta do'a restu kepada masyarakat.

Dari wawancara yang peneliti tanyakan kepada beliau mengenai sasaran target kampanye yang dilakukan, tanggapan yang diberikan beliau mengatakan tak ada sasaran pendekatan yang dilakukan, tetapi lebih tepatnya Bpk. Mulyana ini lebih pada

pendekatannya dengan merealisasikan sosialisasi pendekatan guna menciptakan pendekatan yang mendalam dan juga dapat merangkul masyarakat secara langsung.<sup>4</sup>

Kampanye politik selanjutnya juga beliau memosisikan dirinya sebagai masyarakat untuk bisa membatasi dirinya menganggap sama rata masyarakat, karena dilihatnya dari masyarakat yang ada melibatkan masyarakat yang kurang mampu, mampu secara finansial, tak melihat profesi dan pekerjaan. Dilihat dari pemetaan masalah yang ada di Desa Bojongsari ini masalah yang ada berbeda-beda salah satunya adalah konflik wilayah, karena adanya perbedaan dari sejarah yang ada, pendidikan, pola hidup, dan pola berpikirnya.

Maka dari itu mencermati Bpk. Mulyana S Muslim ini dalam pilkades Desa Bojongsari Kabupaten Bekasi tahun 2018 ini, peneliti tertarik untuk mengetahui strategi dari market politik yang ada dan memenangkan pilkades tahun 2018 ini. Untuk mengetahui lebih lanjut dengan sebuah proposal dengan judul : **"Strategi Kampanye Politik Mulyana S. Muslim Pada Pemilihan Kepala Desa Tahun 2018"** (Studi Kasus di Desa Bojongsari Kecamatan Kedungwaringin Kabupaten Bekasi).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan apa yang sudah dipaparkan didalam latar belakang masalah dan fokus permasalahan dalam penelitian ini, yakni:

1. Hal apa yang menjadikan Mulyana S. Muslim memenangkan Pilkades di Desa Bojongsari Kecamatan Kedungwaringin Kabupaten Bekasi 2018?
2. Bagaimana Mulyana S. Muslim memenangkan Pilkades Desa Bojongsari Kecamatan Kedungwaringin Kabupaten Bekasi tahun 2018?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Kepala Desa Bojongsari, pak Mulyana.

Secara umum, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi pemenangan politik yang dilakukan oleh Mulyana S. Muslim di dalam pilkades Desa Bojongsari Kecamatan Kedungwaringin Kabupaten Bekasi, adapun tujuannya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hal yang menjadikan Mulyana S. Muslim memenangkan Pilkades di Desa Bojongsari Kecamatan Kedungwaringin Kabupaten Bekasi 2018.
2. Untuk mengetahui tokoh Mulyana S. Muslim memenangkan Pilkades Desa Bojongsari Kecamatan Kedungwaringin Kabupaten Bekasi tahun 2018.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Kegunaan akademis (teoritis)
  - a. Peneliti berharap bahwa penelitian ini mampu ikut berkontribusi dalam pengembangan Ilmu Politik, khususnya dalam kajian politik pada pilkades serentak Kabupaten Bekasi khususnya bidang market politik.
  - b. Peneliti pun berharap pada penelitian ini menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya berkaitan strategi politik dan pilkades serentak.
2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini pun bisa memberikan informasi pada masyarakat dalam memahami strategi pemenangan politik yang dilakukan di dalam pemilihan kepala desa di Kabupaten Bekasi.

#### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Ada beberapa hal-hal pokok yang dijadikan landasan berfikir dalam penelitian ini, untuk memperjelas dan memfokuskan terhadap masalah dan topik yang hendak dikaji, adapun beberapa pengertian tentang permasalahan yang akan dibahas oleh peneliti.

Menurut *Business Research* yang di kemukakan dalam Sugiyono (Sugiyono, 2015:60) berpendapat bahwa kerangka berpikir menunjukkan suatu model konseptual mengenai kaitan teori dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai

permasalahan yang berpengaruh. Kerangka berfikir bisa dikatakan tepat jika bisa menjelaskan hubungan teori dengan berbagai variabel yang hendak dikaji.

Teori adalah satu set proposisi yang menjelaskan secara logis saling hubungan antara dua atau lebih konsep (variable) demi tujuan menjelaskan suatu fenomena atau hubungan antara fenomena. Jadi dapat dikatakan juga bahwa kerangka pemikiran ialah satu kumpulan teori dan model dari literatur yang menjelaskan hubungan dalam masalah tertentu (Ulber Silalahi, 2009).

Teori-teori merupakan rangkaian konseptual dalam memberikan deskripsi terhadap persoalan yang sedang dikaji. Maret politik adalah sebuah strategi kampanye yang dilakukan oleh kandidat calon yang akan menjabat di kursi pemerintahan untuk mengatur masyarakatnya agar menjadi sejahtera.

Dari yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti dapat melakukan pengkajian pada pendekatan secara teori. Pengumpulan data dan hasil penelitian mengenai permasalahan dari teori yang digunakan adalah melalui pendekatan keilmuan Ilmu Politik yang berkaitan dengan strategi pemenangan politik

Menurut Firmanzah, strategi politik ialah suatu pendekatan dari proses komunikasi politik yang memerlukan audiensi dari para komunikator dan para komunikan untuk melihat calon yang mampu memenangkan pemilihan yang tengah dilakukan, para kandidat perlu melakukan kajian secara komprehensif supaya mampu menganalisis kekuatan, potensi, kelemahan, dan potensi yang dimiliki sebagai upaya pendekatan kepada masyarakat. Hal ini digunakan untuk menjadi strategi pendekatan yang memerlukan kelompok pemilih ini tertarik kepada calon yang diusung, sebab sebagai upaya strategi yang memerlukan atau kandidat politik mampu melakukan hal intens dalam kemenangan persaingan politik yang menggunakan pendekatan ideologis terhadap calon pemilih dari bilik suara yang mencoblos kontestan dengan ideologis yang sama

juga. Pemilih hanya melihat ideologis yang dibawa ini sama dengannya tanpa melihat program kerja, visi dan misi yang ditawarkan, biasanya seperti itu.<sup>5</sup>

Market politik ialah cara dalam kampanye agar mempengaruhi pemilihnya. Cara yang dilakukan membentuk sebuah rangkaian kampanye dengan mengambil hati pemilihnya agar dapat memilih dirinya yang dikampanyekan. Makna dari politisi sendiri menjadi salah satu perangkat yang penting dalam market politik karena akan menentukan pemilihnya agar menentukan pilihannya (Adrianus Tito, 2006).

Melihat hasil wawancara dengan kepala desa Bojongsari Bpk. Mulyana S Muslim menerapkan strategi pemenangan politik dengan cara pendekatan masyarakat yang tak memandang masyarakatnya itu sendiri, dan memetakan masalah yang ada dari masyarakat di wilayah desa tersebut yang menjadikan masyarakat tergaet hatinya untuk memilih menggunakan hak pilihnya pada pilkades Desa Bojongsari Kecamatan Kedungwaringin Kabupaten Bekasi 2018.

Menurut Peter Schroder, strategi pemenangan politik dikategorikan menjadi dua bagian, yakni ofensif (menyerang) dan defensif (bertahan). Ofensif dikategorikan sebagai strategi yang memperluas pasar yang mampu ditembus dan membuka lahan suara baru, sedangkan defensif yakni mempertahankan suara yang sudah didapatkan.<sup>6</sup>

Terdapat strategi dalam komunikasi politik yaitu dengan menetapkan strategi dengan model SWOT sebagai peralatan untuk menganalisis:

S = Strengths – kekuatan-kekuatan yang dimiliki.

W = Weakness – kelemahan-kelemahan yang ada.

O = Opportunities – peluang-peluang yang mungkin bisa diperoleh.

---

<sup>5</sup> Firmanzah, *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008). Hlm. 28

<sup>6</sup> Pito T.A, *Mengenal Teori-Teori Politik dari Sistem Politik Sampai Korupsi*. (Bandung: Nusa Indah, 2006). Hlm. 198

T = Threats – Ancaman- ancaman yang bisa ditemui.

Kekuatan seperti halnya penggerak misalnya pada kalangan muda yang memiliki integritas dan para tokoh masyarakat yang menggunakan karismanya sebagai penghimpun suara rakyat supaya mampu berpihak dan melabuhkan pilihan dirinya kepada calon yang didukung para tokoh pemuda dan tokoh masyarakat tersebut.

Sedangkan Menurut Firmanzah dalam paradigma konsep marketing politik bukan hanya soal komunikasi politik yang dibangun sebagai strategi yang meliputi teknik pemasaran, teknik pemaparan ide dan gagasan, serta pemberian informasi yang diaplikasikan melalui seragam proses yang tidak terbatas kepada kampanye politik dengan formulasi produk politik lewat simbol, citra diri, platform, dan program yang diagendakan melalui ke dalam kategori 4P dalam marketing politik sebagai berikut:

1. Product.
2. Promotion.
3. Price.
4. Place.<sup>7</sup>



---

<sup>7</sup> Firmanzah, *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008). Hlm. 200-211

**Gambar 1 Kerangka Pemikiran**

