

Strategi Pemenangan Kandidat Kepala Desa (Studi Kasus Kemenangan Polisi dalam Pemilihan Kepala Desa 2015 di Desa Kebasen Kecamatan Kebasen Kabupaten Banyumas)

Ratna Sulistiowati¹

¹ Jurusan Politik dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang

Article Info

Article history:

Received Sept 12th, 2017

Accepted Nov 26th, 2017

Published Jan 15th, 2018

Keyword:

Village Head Election;
Campaign Strategies;
Police

Abstract

Village Head Election is made to choose as the village head of government leaders in the village. Similarly, the village head elections held in the village of Kebasen 2015 by one of the candidates was a cop. Therefore we need a winning strategy to bind the hearts of the people to win village elections. The purpose of this study is to determine the candidate winning strategy village chief of police in village elections in 2015 in the village of Kebasen and to find out how the village head candidate of the police in addressing weaknesses in the winning strategy in village elections in 2015 in the village of Kebasen. This study uses qualitative research and interviews conducted to prospective village chief of police, a successful team of candidates for village chief of police and the head of the election committee of the village. Results from this study that the strategy of winning are used by the prospective head of the village police along with the successful team that is first to form a successful team, then that determines the mass base of support, do ngendong, provide assistance to citizens in the form of materials or services that have been done long day and the campaign closed by giving gifts of money in lieu of money transport. While in overcoming weaknesses, successful team action for cadres who caught ambiguous by not given any real information about the strategy to be executed, and to avoid the negative things that happen on the road, the team successfully pick up the ball of citizens who live far to transfer to the polls. Advice given that the village government Kebasen better and experienced of the village chief to be able to keep kondusivitas Kebasen village and the next village election committee together with the Supervisory Committee to be more concerned about the conditions in order to prevent activities of political money.

Paper type: Research Paper

Copyright © 2018 Unnes Political Science Journal. All rights reserved.

How to cite (APA Style):

Sulistiowati, R. (2018). Strategi Pemenangan Kandidat Kepala Desa (Studi Kasus Kemenangan Polisi dalam Pemilihan Kepala Desa 2015 di Desa Kebasen Kecamatan Kebasen Kabupaten Banyumas). *Unnes Political Science Journal*, 2(1), 39-49. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/upsj/article/view/21655>

More Citation Formats

Corresponding Author:

Universitas Negeri Semarang, Indonesia
 Jl. Raya Sekaran, Gunung Pati, Kota Semarang, Jawa Tengah 50229, Indonesia.
 Email: ratnaputri994@gmail.com

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Desa merupakan wujud dari terlaksanakannya Otonomi Daerah yang sesuai dengan Undang-Undang No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah yang berada di ranah pemerintahan paling terkecil yaitu desa. Setiap dilakukannya Pemilihan Kepala Desa terdapat calon yang lebih dari satu untuk menjadi lawan dalam persaingan memperebutkan kekuasaan tertinggi di desa. Akan tetapi semuanya sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah No 43 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang No 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Semua aturan dan persyaratan pencalonan tertuang dalam setiap pasal demi pasal dalam Peraturan Pemerintah tersebut. Segala aturan yang akan dijalankan dalam Pemilihan Kepala Desa sudah tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 8 Tahun 2015 tentang Pemilihan Kepala Desa agar dalam setiap pelaksanaannya sesuai dengan aturan dan juga tidak menyimpang atau melakukan pelanggaran. Hal ini sesuai dengan Pasal 56 Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas No 8 tahun 2015 tentang Pemilihan Kepala Desa yaitu, (1) Pegawai Negeri Sipil yang mencalonkan diri dalam pemilihan Kepala Desa harus mendapatkan izin tertulis dari pejabat pembina kepegawaian, (2) dalam hal pegawai negeri sipil sebagaimana dimaksud pada ayat 1 terpilih dan diangkat menjadi Kepala Desa, yang bersangkutan dibebaskan sementara dari jabatannya selama menjadi Kepala Desa tanpa kehilangan hak sebagai pegawai negeri sipil, (3) Pegawai negeri sipil yang terpilih dan diangkat menjadi Kepala Desa sebagaimana dimaksud pada ayat 2 berhak mendapatkan tunjangan Kepala Desa dan penghasilan lainnya yang sah.

Sesuai dengan pasal 56 Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas No 8 tahun 2015 tentang Pemilihan Kepala Desa dapat dikatakan bahwa seorang polisi dikategorikan sebagai pegawai negeri sipil sehingga ketika seorang polisi mencalonkan diri menjadi kepala desa maka persyaratan tersebut harus dipenuhi. Hal ini sama halnya yang dilakukan oleh Sholeha selaku kandidat kepala desa 2015 di Desa Kebasen yang merupakan seorang polisi. Sholehan merupakan calon kepala desa berasal dari polisi yang bertugas di Polsek Kebasen. Di Desa Kebasen pertama kalinya dilaksanakan Pemilihan Kepala Desa dengan calon kandidat dari kalangan pemerintahan yang berasal dari penegak hukum yaitu polisi yang masih aktif bertugas. Sedangkan lawan dari Sholehan merupakan masyarakat biasa.

Oleh karena itu diperlukan strategi dari masing-masing kandidat untuk mengikat hati masyarakat sekitar. Strategi yang dilakukan oleh calon kandidat dapat dilakukan melalui

pendekatan atau komunikasi untuk memenangkan pemilu. Seperti yang diutarakan oleh Firmanzah (2008:109), para kontestan perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran (size) pendukungnya, massa mengambang dan pendukung kontestan lainnya. Identifikasi ini perlu dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pencoblosan, serta mengetahui strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih.

Dalam membentuk citra yang positif Sholehah sudah melakukannya dari beberapa tahun sebelum beliau maju menjadi kepala desa. Hal ini dianggap menguntungkan bagi kubu Sholehah karena masyarakat sudah tahu akan sosok Sholehah dan sepak terjangnya dalam masyarakat. Tidak hanya itu saja akan tetapi masih banyak strategi lainnya yang digunakan untuk meraih simpati dan empati dari warga dengan tujuan agar calon kandidat dapat menang dalam pemilihan kepala desa ini. seperti yang ada dalam temuan di lapangan, dengan berdiskusi antar warga bahwa masing-masing kubu masih melakukan money politic atau pemberian uang untuk menarik para calon pendukung. Sholehah yang berlatarbelakang seorang polisi dan tahu akan hukum juga menggunakan cara serangan fajar untuk mengikat para pemilih. Dapat dikatakan pemberian uang sendiri merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh kubu Kelapa. Pemberian uang tersebut diberikan pada saat H-3 sebelum pelaksanaan pemilihan kepala desa berlangsung. Jumlah uang yang diberikan kepada masing-masing warga tiap RW sama akan tetapi memang ada perlakuan khusus bagi masing-masing RW khususnya bagi RW1 yang merupakan wilayah dari kubu lawan.

Para kandidat juga dapat mengelompokkan sasarannya sesuai dengan wilayah tempat tinggalnya. Dengan uraian data sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar Pemilih Tetap

No	Wilayah per-RW	Jumlah		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	RW 1	676	683	1359
2	RW 2	750	793	1543
3	RW 3	554	540	1094
4	RW 4	560	547	1107
Jumlah Total		2540	2563	5103

Sumber. Panitia Pemilihan Kepala Desa Kebasen

Dengan jumlah warga yang telah diketahui serta sudah disesuaikan sesuai dengan wilayah tempat tinggal maka masing-masing kubu sudah dapat mengelompokkan basis masanya. Dari tabel yang ada diatas yang menjadi lahan perebutan bagi kedua kandidat

yaitu RW3 dan RW4 dikarenakan memang disana bukan wilayah dari kubu Sholehan ataupun kubu dari lawan, sehingga strategi yang digunakan akan lebih dioptimalkan di wilayah RW tersebut. Sesuai dengan jumlah Daftar Pemilih Tetap yang sudah mempunyai hak pilih nantinya akan diketahui jumlah pemilih yang hadir dalam Pemilihan Kepala Desa Kebasen, beserta presentase kehadiran dari masing-masing Tempat Pemungutan Suara (TPS) pada saat pemilihan berlangsung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, Moleong mengatakan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku persepsi, motivasi dan lain sebagainya (Herdiansyah, 2012:9). Dengan menggunakan penelitian kualitatif, maka akan menggunakan analisis deskriptif untuk memperoleh gambaran mengenai kejadian-kejadian secara konkret tentang obyek karakteristik yang diteliti secara tepat. Fokus dari penelitian ini yaitu mengenai strategi pemenangan calon kepala desa Kebasen dalam Pemilihan Kepala Desa tahun 2015. Akan tetapi yang menjadi sub bagian dari fokus penelitian ini mengenai, strategi pemenangan dari salah satu calon kandidat yaitu Polisi. Bagaimana seorang Polisi menggunakan strateginya untuk mendapatkan suara atau mengubah cara pandang masyarakat terhadap dirinya saat beliau maju dalam Pemilihan Kepala Desa dengan mengundurkan diri dari keanggotaan Kepolisian Republik Indonesia. Sumber data dari penelitian ini yaitu: (1) data primer yaitu wawancara dengan calon kepala desa polisi aktif, tim sukses kubu kelapa dan juga Panitia Pemilihan Kepala Desa (2) data sekunder penelitian, yaitu berupa dokumen hasil pemungutan suara selebaran visi dan misi beserta program kerja. Sedangkan teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pemeriksaan keabsahaan data dengan menggunakan triangulasi sumber yang membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2010:330). Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan yaitu: (1) pengumpulan data; (2) reduksi data; (3) display data; (4) kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemenangan kandidat calon kepala desa polisi dalam pemilihan kepala desa 2015 di Desa Kebasen yaitu dengan pembentukan tim sukses yang merupakan awal dari

sebuah strategi yang digunakan. Orang-orang yang dijadikan sebagai tim sukses merupakan orang-orang yang berkompeten dibidangnya dan mempunyai pengaruh besar di wilayahnya masing-masing. Para kader dipilih dari masing-masing RT sejumlah 2-3 orang. Tim sukses sendiri dibagi menjadi 3 bagian, yaitu Ring1 yang merupakan tim inti atau sebagai pembuat strategi dan sebagai penasehat dari Ring yang ada di bawahnya, yang kedua yaitu Ring2, Ring2 bekerja sebagai pelaksana atau yang menjalankan strategi yang diberikan oleh Ring1, disini Ring2 bekerja sebagai penggalang massa, mengumpulkan suara untuk Sholehan dan melakukan kampanye. Ring2 sendiri terdiri dari masing-masing RW. Selanjutnya yang terakhir yaitu Ring3, Ring3 yaitu pengawas dan sebagai tim survey. Kerja dari Ring3 yaitu untuk mengawasi kinerja dari Ring2 apakah yang dilakukan oleh Ring2 sesuai dengan strategi yang telah diberikan oleh Ring1 atau tidak. Kemudian yaitu sebagai tim survey, Ring3 melakukan survey ulang dari data yang diberikan oleh Ring2, apakah data yang diberikan valid atau tidak maka Ring3 melakukan survey ulang.

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Hafied (2011:226) bahwa dalam pemasaran politik selalu diawali dengan pembentukan tim kerja yang sering disebut dengan tim sukses. Tim sukses diambil dari tenaga-tenaga profesional yang sesuai dengan tugas dan fungsinya yaitu penasehat, tim riset, tim kampanye, tim penggalang massa, tim pengamat dan tim pengumpul suara.

Selanjutnya yaitu menentukan basis massa pendukung, hal ini dilakukan untuk mengetahui berapa banyak orang yang ikut serta memilih Sholehan dalam pemilihan kepala desa ini. Setelah menentukan basis massa pendukung langkah selanjutnya dari tim sukses yaitu mempersiapkan strategi untuk mempengaruhi massa baik melalui program-program yang akan ditawarkan ataupun melalui kampanye.

Seperti yang dikatakan oleh Firmanzah (2008:109) strategi politik adalah suatu pendekatan komunikasi politik dilakukan oleh para kontestan atau bakal calon untuk memenangkan pemilu. Para kontesten atau bakal calon perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, massa mengambang dan pendukung kontestan atau bakal calon yang lainnya. Identifikasi ini dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pemilihan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih.

Strategi pemenangan yang digunakan oleh Sholehan yang pertama yaitu melakukan pertemuan dengan para tokoh masyarakat, seperti tokoh agama, tokoh pemuda dan tokoh adat. Sebelum menetapkan strategi yang digunakan tim sukses beserta Sholehan

menentukan produk apa yang nantinya akan dijual kemasyarakat dan bagaimana dalam mempromosikannya kepada masyarakat hal ini sesuai dengan apa yang ada pada Firmanzah (2008:200-211) konsep marketing politik lebih dari sekedar komunikasi politik yang meliputi teknik marketing, strategi penawaran ide dan program serta pemrosesan informasi semuanya dapat dimasukkan dalam 4PS bauran marketing yang terdiri dari, produk, promotion, price, place, segmentation.

Produk sendiri dibagi menjadi tiga yaitu party platform adalah pembuatan visi dan misi serta program kerja yang ditawarkan kepada masyarakat. Kedua yaitu past record yang merupakan sebuah catatan masa lalu yang berkontribusi dalam pembentukan produk politik. Oleh karena itu dalam pembuatan visi misi disesuaikan dengan hasil dari pemerintahan yang sebelumnya dan permasalahan yang ada di Desa Kebasen sehingga apa yang belum dilaksanakan oleh pemerintah yang sebelumnya dapat terealisasi oleh pemerintah yang sekarang. Sedangkan program yang ditawarkan kepada masyarakat yaitu mengenai normalisasi sawah, peningkatan pelayanan kepada masyarakat, pemerataan pembangunan yang ada di desa. Ketiga yaitu mengenai personal characteristic yang dimaksud yaitu ciri atau karakteristik yang dimiliki oleh kandidat dalam memberikan citra dan simbol dalam produk politiknya. Dalam hal ini Sholehah merupakan kandidat yang berasal dari polisi, oleh karena itu ciri dari Sholehah sendiri yaitu seorang polisi tidak hanya itu kubu dari Sholehah disimbolkan sebagai kubu Kelapa, sehingga pada saat masyarakat memilih apabila dia tidak mengetahui calon yang akan dipilih setidaknya mengetahui simbol dari calon tersebut.

Promotion, promosi merupakan satu cara untuk mempromosikan kandidat ke pada warganya dengan produk yang mereka bawa. Tim sukses dalam mempromosikan Sholehah dengan media yang digunakan yaitu publikasi kemasyarakat, yaitu seperti pawai pada saat kampanye berlangsung dengan membagikan selebaran kepada warga yang menontonnya berupa gambar calon kandidat beserta visi misinya. Melakukan endongsistem, yang merupakan salah satu tradisi yang masih sangat kental dalam masyarakat desa yaitu ngendong kerumah-rumah warga agar lebih akrab dengan masyarakat dengan melakukan pembicaraan santai akan tetapi lebih mengarah kepada pendapat dari masing-masing orang mengenai calon yang akan mereka pilih.

Price dalam marketing politik mencakup harga ekonomi, psikologis dan citra nasional. Apabila dilihat dari harga ekonomi, Sholehah dalam maju menjadi kepala desa real menggunakan dana pribadi tidak melibatkan institusi ataupun donatur dari luar. Harga

psikologis pada hakekatnya para pemilih lebih melihat pada faktor latarbelakang kandidat. Sholehan yang memang sejak dahulu dapat dikatakan sebagai orang terpandang dan silsilah keluarganya memang orang yang berada dan berpengaruh di Desa Kebasen. Sedangkan dari harga citra nasional kandidat harus dapat membuat citra positif, Sholehan sendiri dalam membangun citra positifnya sudah dari beberapa tahun sebelum mencalonkan menjadi kepala desa.

Place berkaitan erat dengan segmentasi, dalam hal ini kandidat harus mampu memetakan karakteristik dari masing-masing warganya berdasarkan letak wilayah ataupun massa penduduknya. Sholehan memetakan masyarakatnya berdasarkan RW, sehingga dari masing-masing RW sudah dapat terlihat jelas mengenai karakteristik dan keberpihakan pemilih. Di RW1 yang merupakan wilayah dari lawan maka dalam membuat strategi disesuaikan dengan keadaan yang ada di RW1 dengan lebih memberikan usaha-usaha kepada warganya agar tertarik memilih Sholehan dan personel dari Ring2 RW1 juga jauh lebih banyak dari Ring2 RW2, RW3 dan RW4. Di RW2 yang merupakan wilayah dari Sholehan hanya lebih meyakinkan lagi kepada warganya agar tidak terpengaruh kepada pihak lawan. Sedangkan di RW3 dan RW4 tim sukses lebih mengoptimalkan lagi karena disana tidak terdapat pihak lawan, sehingga tim sukses akan lebih ekstra dalam menggalang dukungan masyarakat.

Strategi pemenangan yang digunakan oleh Sholehan adalah memberikan bantuan kepada warga berupa jasa ataupun materiil. Bantuan yang berupa jasa memang sudah dilakukan sejak beliau masih menjadi polisi dengan membantu warganya yang membutuhkan. Seperti halnya apabila ada orang yang memintanya untuk mengantarkan ke rumah sakit ataupun pergi keluar kota untuk menyelesaikan urusannya pasti beliau bersedia untuk membantu. Sedangkan yang berupa materiil yaitu sumbangan-sumbangan ke musholla atau ibu-ibu pengajian yang dibantu oleh istrinya untuk memberikan sumbangan tersebut. Hal ini menjadi salah satu faktor untuk menggalang dukungan pada saat beliau maju menjadi kepala desa, dapat dikatakan sebagai wujud dari rasa timbal balik orang tersebut dengan memberikan hak suaranya kepada Sholehan.

Hal diatas senada dengan apa yang dikatakan Peter (dalam Pito, 2006:198) pada dasarnya strategi politik dibagi menjadi dua yaitu strategi ofensif (menyerang) dan strategi defensif (bertahan). Strategi ofensif dibagi menjadi strategi untuk memperluas pasar dan strategi dan strategi untuk menembus pasar atau dengan kata lain menambah jumlah pemilih atau massa penduduknya. Sedangkan strategi defensif yaitu mempertahankan

pasar yang bertujuan mempertahankan pemilih dan masyarakat yang loyal kepadanya agar tetap memberikan suaranya pada saat pemilihan.

Terdapat tiga pendekatan yang digunakan oleh Sholehan yaitu Phus Marketing dalam pendekatan ini Sholehan melakukannya dengan berdialog langsung pada masyarakat melalui pertemuan-pertemuan antar RT, dengan mensosialisasikan mengenai program kerja beserta visi dan misinya yang akan dibawa. Kemudian secara pribadi Sholehan mendatangi rumah warga satu persatu. Sedangkan yang dilakukan oleh tim sukses sendiri lebih menggunakan cara ngendhong kerumah warga untuk saling tukar pikiran mengenai kandidat yang dibawanya dan meminta pendapat dari warga. Pass Marketing yaitu dengan menggunakan bantuan baik berupa individu atau kelompok, dalam hal ini Sholehan memberdayakan para tokoh masyarakat baik dari segi agama, adat dan pemuda untuk melakukan pendekatan kepada massanya dan mensosialisasikan dirinya ke warga, selanjutnya memasang poster-poster di sepanjang jalan Desa Kebasen, dan mempublikasikan dirinya melalui kampanye yang sudah dijadwalkan oleh panitia. Pull Marketing yaitu dengan membentuk citra positif dari Sholehan. Dalam membentuk citra positif lebih dahulu dikaji mengenai kelemahan yang ada pada diri Sholehan apabila kelemahan tersebut sudah disadari akan kandidat barulah tim sukses membuat kelebihan dari kelemahan yang ada pada diri kandidat.

Hal diatas sama dengan apa yang dikatakan oleh Nurzal (dalam Firmanzah, 2008:217) mengkategorikan tiga pendekatan untuk mencari dan mengembangkan dukungan selama proses kampanye politik yaitu phus marketing, pass marketing dan pull marketing.

Strategi selanjutnya yaitu dengan pemberian uang kepada masing-masing warga baik yang mendukung ataupun tidak mendukung. Sholehan melakukannya dengan memberikan sejumlah uang dengan dalih sebagai uang transport atau uang pengganti kerja satu hari bagi para pekerja. Pemberian uang diberikan pada H-3 hingga malam dari hari H kepada masing-masing warga. Hal ini dapat dikatakan sebagai money politik akan tetapi dalam kejadian seperti itu sulit dibuktikan dan merekapun saling menjaga, namun biasanya setelah pemilihan selesai barulah hal tersebut menyebar secara luas. Hal diatas sesuai dengan pendapat Faizal (dalam Pito, 2006:283) bahwa politik uang adalah setiap pemberian, bantuan baik dalam uang maupun non uang yang diduga atau patut diduga dapat mempengaruhi dalam pemilihan.

Cara mengatasi kelemahan pada strategi yang digunakan oleh Sholehan yaitu dengan menggunakan dengan analisis yang digunakan yaitu dengan model SWOT, Strengths yaitu

mengenai kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh kandidat beserta tim sukses untuk mengumpulkan suara pemilih. Weakness menganalisis kelemahan-kelemahan dari strategi yang digunakan dengan mencari solusi dari kelemahan tersebut, selanjutnya yaitu Opportunities yang dimaksud yaitu dengan menciptakan peluang-peluang dalam melancarkan suatu strategi. Yang terakhir yaitu mengenai Threats yaitu ancaman yang biasanya terjadi hal ini harus dinetralisir agar tidak merambah kesegala penjuru.

Faktor Internal yang menjadi kelemahan dari strategi pemenangan yang digunakan oleh Sholehan yaitu masih dapat disusupi oleh pihak lawan hal ini mengakibatkan kebocoran strategi ke pihak luar sehingga memperlambat berjalannya strategi karena strategi yang sudah setengah berjalan harus berhenti dan dirubah kembali. Solusi dari kelemahan tersebut yaitu dengan mengabaikan penyusup tersebut, dalam setiap rapat dia tidak diberikan informasi yang sesungguhnya sehingga nantinya strategi yang dibuat untuk mengelabui lawan dapat sampai ke lawan dengan orang tersebut. Selanjutnya yaitu mengenai masukan-masukan dari yang diberikan oleh kader masih ada yang tidak sesuai dengan hasil survey, hal ini berpengaruh pada perolehan suara yang didapat oleh Sholehan. Kemudian yaitu basic dari Sholehan sendiri yang merupakan seorang polisi menimbulkan persepsi dimasyarakat bahwa seorang polisi biasanya suka menilang dan tidak baik oleh karena itu Sholehan harus merubah pandangan warga terhadap dirinya mengenai keburukan dari seorang polisi. Sedangkan faktor eksternal yaitu adanya serangan-serangan yang dilakukan oleh pihak luar untuk merusak strategi dan adanya pembentukan tim sukses diluar dari kubu masing-masing yang dilakukan oleh para botoh untuk berjudi dalam pemilihan kepala desa dan mengenai pihak lawan yang memberdayakan orang dari luar desa Kebasen untuk dijadikan tim sukses dan donatur sehingga dalam pemberian uang dari pihak lawan lebih besar jumlah nominalnya dari pihak Sholehan. Dalam menyikapi adanya serangan-serangan yang dilakukan oleh pihak luar, Sholehan beserta tim sukses lebih meyakinkan lai kepada masyarakat agar tidak tergoda dan mengenai pemberian uang yang lebih besar diberikan pihak lawan tidak dan melakukan jemput bola warga yang kediamannya jauh dari tempat pemungutan suara.

PENUTUP

Kesimpulan

Strategi pemenangan yang digunakan yaitu dengan melakukan endongsistem, melalui pendekatan kewarga dan menawarkan program-program beserta visi dan misinya,

kemudian memetakan basis massa dengan lebih memberdayakan keluarga, strategi yang selanjutnya yaitu dengan hubungan timbal balik yang dilakukan oleh Sholehah yaitu dengan memberikan bantuan ke warga baik berupa jasa atau materiil jauh sebelum pemilihan dilangsungkan, sehingga pada saat pemilihan berlangsung warga akan memberikan hak suaranya kepada Sholehah. Yang terakhir yaitu mengenai pemberian uang yang dilakukan pada saat H-3 dengan jumlah nominal yang bekisar dari 25.000-50.000 rupiah. Cara mengatasi kelemahan yang ada, melakukan tindakan bagi para kader yang mendua atau sebagai penyusup dengan membiarkan saja dan tidak diberi informasi hasil rapat yang asli. Selanjutnya tim sukses melakukan mobilisasi dengan jemput bola yaitu menjemput warga yang lokasinya jauh dari tempat pemilihan untuk menghindari adanya hal-hal negatif yang dilakukan oleh para pemain judi.

Saran yang dapat diberikan oleh penulis berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan judul Strategi Pemenangan Kandidat Kepala Desa (Studi Kasus Kemenangan Polisi dalam Pemilihan Kepala Desa 2015 di Desa Kebasen Kecamatan Kebasen Kabupaten Banyumas yaitu); (1) Pemerintah Desa Kebasen supaya dapat menjalankan pemerintahan yang lebih baik dari yang sebelumnya dan melalui pengalaman kepala desanya di kepolisian agar dapat lebih menjaga kondusivitas Desa Kebasen; (2) panitia pemilihan kepala desa yang selanjutnya dan PANWAS agar lebih memperhatikan kondisi dan apa yang dilakukan oleh para kandidat atau pemain luar untuk menghindari adanya kegiatan money politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arditama, E. (2016). Mengkaji Ruang Publik dari Perspektif Kuasa: Fenomena Kemenangan Aktor Hegemonik Melalui Dominasi Budaya. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 1(1), 69-86. doi:<http://dx.doi.org/10.15294/jpi.v1i1.9181>
- Cangara, Hafied. (2011). *Komunikasi politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmuilmu sosial*. Bandung: Salemba Humanika.

Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas No 8 Tahun 2015 Tentang Pemilihan Kepala Desa
Peraturan Pemerintah No 43 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang
No 6 Tahun 2014 Tentang Desa. <https://www.bpn.go.id> (20 April 2016)

Pito T.A. (2006). *Mengenal Teori-Teori Politik dari Sistem Politik Sampai Korupsi*.
Bandung: Nusa Indah