



## Manajemen Kampanye Pertahanan Kepala Desa Dalam Kontestasi Politik di Desa Gempol Sari Tahun 2019

Ryan Maulana Firdaus<sup>1</sup>, Lina Wati<sup>2</sup>, Rini Hardiyanti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang

### Abstrak

Received: 17 November 2023

Revised: 15 Desember 2023

Accepted: 17 Januari 2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen kampanye Kepala Desa dalam kontestasi politik di Desa Gempol Sari Tahun 2019 dan untuk mengetahui hambatan manajemen kampanye pertahanan yang dimiliki oleh Kepala Desa. Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini paradigma konstruktivisme. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif. Tipe penelitian yang dipergunakan adalah Studi Kasus. Jenis sumber data yaitu data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan beberapa cara dalam mengumpulkan data diantaranya, observasi, wawancara dan dokumentasi. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada proses segmentasi Kepala Desa Gempol Sari ini mempunyai strategi khusus yang dilakukan untuk memenangkan hati masyarakat Desa Gempol Sari sehingga pada indikator kedua yaitu targeting ini sudah mencapai sasaran target hal ini dibuktikan melalui pemenangan kontestasi politik yang dimenangkan oleh Lurah Juni. Sedangkan pada indikator ketiga ini adanya upaya membangun citra diri sehingga dapat mengambil hati masyarakat Desa Gempol Sari. Hambatan yang terjadi pada manajemen kampanye Kepala Desa Gempol Sari tahun 2019 yaitu adanya perbedaan pandangan dari setiap masyarakat, masyarakat yang tidak membuka diri serta masyarakat yang menyalahartikan sebuah empati dan simpati dari kepala desa. Dan juga hambatan keterbatasan anggaran, kekompakan tim sukses dan ketokohan.

**Keywords:** Kepala Desa, Kontestasi Politik, Kampanye

(\*) Corresponding Author: [ryansabardantawakal@gmail.com](mailto:ryansabardantawakal@gmail.com)

**How to Cite:** Firdaus, R. M., Wati, L., & Hardiyanti, R. (2024). Manajemen Kampanye Pertahanan Kepala Desa Dalam Kontestasi Politik di Desa Gempol Sari Tahun 2019. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10544797>.

## PENDAHULUAN

Permasalahan politik di Indonesia sering mengalami pasang surut. Pasca reformasi, keikutsertaan warga negara dalam arena politik menampakkan gejala kelesuan yang diindikasikan pada penurunan kualitas serta kuantitas partisipasi politik. Dalam pelaksanaan pemilihan umum misalnya. Dibeberapa daerah di Indonesia masih bermasalah terkait tingginya tingkat golongan putih (golput) akibat ketidakpuasan masyarakat terhadap kinerja partai politik maupun figur yang ditawarkan. Pelaksanaan partisipasi politik masih terancam penggunaan politik uang (*money politics*) dalam mempengaruhi proses pemilihan seseorang. Untuk menangani semua permasalahan tersebut pemerintah harus mengurangi angka golput, memberikan sanksi tegas pihak *money politics*, Sehingga kepercayaan masyarakat kepada pemerintah dan figur pemimpin turut meningkat (Sari, 2022).

Fenomena politik seperti politik uang (*money politics*), politik identitas dan hoax politik marak terjadi dan tidak dapat dihindari saat sebelum pemilu dan pasca pemilu. Selain itu, dalam pemilu juga terdapat fenomena permasalahan lainnya yaitu banyak terjadi politik identitas dalam pemilu. Politik identitas adalah perilaku politik yang mempunyai sentimen etnis, ras, dan agama untuk mendapatkan dukungan masyarakat. Pada hakekatnya identitas adalah sesuatu yang baik karena melekat pada diri kita sendiri, seperti melekat pada kota, desa, atau hal-hal orisinal lainnya yang telah kita ciptakan (Utomo, 2022).

Dalam proses politik, komunikasi politik merupakan hal yang penting, terutama sebagai jembatan untuk menyampaikan pesan-pesan. Komunikasi politik dimaknai sebagai perilaku atau kegiatan komunikasi melalui media massa yang bersifat politik, punya akibat politik dan berpengaruh terhadap perilaku politik. Proses ini berlangsung di semua tingkat masyarakat di tempat-tempat yang memungkinkan terjadinya proses politik dan saling bertukar informasi antara masyarakat atau individu-individu dan kelompoknya masing-masing. Sebab dalam kehidupan bernegara, setiap individu memerlukan informasi terutama mengenai kegiatan masing-masing pihak menurut fungsinya. Jadi dalam hal ini, komunikasi politik sangatlah penting dan menunjang untuk sebuah proses politik dan hal tersebut menjadi penunjang bagaimana nantinya para calon legislatif mendapatkan dukungan dan citra yang baik dari masyarakat dan yang terpenting dalam sebuah komunikasi politik adalah strategi komunikasi politik yang telah direncanakan sebagai jalan tersampainya pesan politik dari aktor politik terhadap masyarakat umum (Saputra, 2019).

Komunikasi politik di Indonesia penerapan perlu terus dikembangkan hal ini penting untuk pertumbuhan demokrasi. Komunikasi politik juga tidak terlepas dari sebuah pemilihan umum, baik pemilihan Presiden, pemilihan Gubernur, pemilihan Walikota bahkan pemilihan tingkat paling bawah dalam ranah Pemerintahan yakni pemilihan Kepala Desa atau yang biasa disingkat dengan Pilkades. Pelaksanaan pemilihan Kepala Desa sendiri adalah sebuah kegiatan implementasi demokrasi yang dilaksanakan dimasing-masing desa guna memberikan kesempatan kepada masyarakat yang terdapat di desa dalam menyalurkan hak pilih atau aspirasinya yang diberikan kepada setiap warga negara Indonesia sesuai dengan apa yang tertuang dalam Pasal 1 Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2014 tentang Pemilihan Kepala Desa (Saputra, 2019).

Saat ini demokrasi di Indonesia beberapa daerahnya masih menerapkan sistem Pemerintahan langsung yang diserahkan dari Pemerintah pusat kepada daerah tertentu yang bertujuan untuk pemilihan Kepala Desa sebagai sistem demokrasi yang berlaku di daerah tertentu, seperti halnya yang dilakukan di Desa Gempol Sari.

Berdasarkan pengamatan peneliti proses demokrasi yang dilakukan di Desa Gempol Sari, Kecamatan Sepatan Timur, Kabupaten Tangerang - Banten, yaitu masyarakat memilih secara langsung pemimpinnya, tetapi saat proses tersebut harus ada kepala desa yang mencalonkan saat proses pemilihan Kepala Desa di Desa Gempol Sari. Mereka yang mencalonkan diri sebagai kepala desa harus melewati beberapa tahap yaitu, pendaftaran, tes, dan diakhiri jika terpilih mereka akan mendapatkan nomor urut pemilihan dan mendapatkan warna sebagai ciri khas

dari masing-masing calon. Selanjutnya mereka melakukan kampanye dengan membuat baliho di seluruh desa agar masyarakat tahu bahwa calon ini mencalonkan dirinya sebagai Kepala Desa dan hal tersebut sebagai sarana komunikasi politik Kepala Desa.

Pemilihan Kepala Desa yang dilaksanakan di Desa Gempol Sari, merupakan bentuk implementasi atau pelaksanaan tentang otonomi daerah dan demokratisasi yang dimana terdapat bentuk pemindahan sumber daya dan tanggung dari Pemerintah pusat ke level Pemerintah Daerah untuk membawa pengaruh perubahan terhadap politik. Para Kepala Desa pun membentuk tim sukses kemudian mengaplikasikan komunikasi politik dan melakukan segala cara agar memperoleh kemenangan, serta bagaimana dampak yang terjadi oleh interaksi antar kekuatan politik terhadap integrasi massa dalam proses pemilihan Kepala Desa.

Manajemen pemilihan Kepala Desa di Desa Gempol Sari, merupakan bentuk pelaksanaan atau pelaksanaan otonomi daerah dan demokratisasi, pengalihan sumber daya dan tanggung jawab dari Pemerintah Pusat ke Pemerintah Daerah. Untuk mempengaruhi dampak perubahan pada politik efek.

Kepala Desa juga membentuk tim sukses, mengaplikasikan komunikasi politik, melakukan segala cara untuk menang, dan mempengaruhi interaksi kekuatan politik pada integrasi massa dalam proses pemilihan Kepala Desa. Dalam strategi pemenangan Kepala Desa Juni ini banyak masyarakat yang ikut berpartisipasi untuk mendukung, karena masyarakat yakin bahwa Desa Gempol Sari akan menjadi lebih baik dan makmur. Dimana Kepala Desa Juni ini adalah yang telah menjabat Kepala Desa selama dua periode. Selanjutnya pada masa pemilihan Juni dan Ahmad Yani, Kepala Desa Juni ini merebut kekuasaan yang sudah dimiliki Ahmad Yani dalam pemilihan Kepala Desa ini. Namun Kepala Desa Juni ini pada ajang pemilihan banyak membicarakan tentang manajemen kampanye yang akan dilaksanakan kedepannya ketika menjadi Kepala Desa nantinya, diantaranya adalah menjadikan Desa Gempol Sari maju dan sejahtera.

Selanjutnya bergantung bagaimana manajemen Kepala Desa tadi bisa mendekati dan meraih hati masyarakat supaya mendapatkan simpati masyarakat. Pendekatan terhadap masyarakat bisa dilakukan dengan berbagai cara juga diantaranya melalui kegiatan kemasyarakatan dan melalui kegiatan sehari - hari. Dalam hal ini pendekatan yang dilakukan secara perlahan-lahan dan bertahap, artinya Kepala Desa tidak harus terburu-buru untuk langsung menyatakan secara terang-terangan jika ingin mencari dukungan kepada masyarakat. Sehingga perlu adanya pendekatan terlebih dahulu agar masyarakat bisa yakin terhadap Kepala Desa tersebut. Pendekatan tersebut bisa secara langsung membantu masyarakat yang kurang mampu, dan jika dibutuhkan masyarakat si ini selalu ada dan menerima bantuan masyarakat (Dimas Ivan Anggara, 2019).

Salah satu manajemen Kepala Desa Juni seperti pelaksanaan strategi kampanye politik yaitu meliputi pembentukan tim sukses, pemetaan suara, *door to door*, kelompok diskusi, kampanye langsung. Dan ada juga strategi peran kekuatan politik lokal dalam pemenangan Kepala Desa Juni yaitu melibatkan peran keluarga dan tokoh masyarakat (Kyai dan Kepala Kuli). Manajemen berikutnya yang dilakukan oleh Kepala Desa Juni di sini yaitu strategi mobilisasi suara meliputi jual beli suara dan tindakan intimidasi (Pratiwi, 2020).

Keterlibatan *local strongman* juga sangat kental dalam politik ini. Fenomena yang paling umum adalah pemilihan Kepala Desa (Pilkades). Pilkades dan Kepala Kuli di arena ini seperti gula dan semut. Di mana pun pemilihan Kepala Desa dipilih ini pasti terlibat. Karena jaringannya yang luas dan kuat, mereka sering menentukan sukses tidaknya acara Pilkades dan juga menentukan terpilihnya Kepala Desa. Bahkan, tidak jarang Kepala Desa dipilih diantara para preman dengan dalih keamanan dan ketenaran. Kepala Desa terpilih yang tidak berasal dari kalangan tokoh masyarakat juga harus "bersahabat" dengan mereka. Dalam pemilihan lokal dan parlemen, para pemimpin, pemimpin lokal, calon legislatif, dan tim sukses mereka sering menggunakan "jasa" Kepala Kuli untuk memenangkan "pertempuran" (Agung, 2022).

Desa Gempol Sari merupakan bagian dari Desa di Kecamatan Sepatan Timur Kabupaten Tangerang, Banten. Di Desa Gempol Sari, proses pemilihan Kepala Desa berlangsung seru dalam arena perpolitikan. Hal ini dapat dilihat pada saat sebelum pelaksanaan pemilihan kepala desa, proses pemilihan Kepala Desa yang sangat kompetitif di tataran politik. Hal ini terlihat menjelang pemilihan Kepala Desa, para kontestan Kepala Desa dan pendukungnya masing-masing kandidat Desa Gempol Sari seperti tokoh masyarakat seperti kyai dan Kepala Kuli berkompetisi untuk mendapatkan dukungan massa sebanyak-banyaknya dengan memberikan janji sesuatu kepada masyarakat desanya atau dengan melobi masyarakat Desa Gempol Sari.

Manajemen yang digunakan salah satunya yaitu dengan mendekati para Kyai (ulama) untuk mendapatkan dukungan agar terpilih sebagai Kepala Desa Gempol Sari, dengan cara menjalin silaturahmi, berkunjung ke rumah ulama tersebut, sehingga ulama dapat menyebarkan pengaruh ulama tersebut kepada warga desa. Para ulama Desa Gempol Sari mempunyai pengaruh besar terhadap warga Desa Gempol Sari, karena dianggap sebagai panutan dan sesepuh. Manajemen berikutnya yang sudah tertera di atas Kepala Desa Juni ini juga melakukan mobilisasi suara dengan masyarakat Gempol Sari. Dimana mobilisasi suara yang di maksud yaitu jual beli suara dan tindakan intimidasi. Dengan strategi jual beli suara dan tindakan intimidasi ini apa bisa meraup suara dan bisa dilakukan di Desa Gempol Sari ini. Untuk menarik simpatisan dari penduduk Desa Gempol Sari, dengan mendekati dan menjalin silaturahmi dengan tokoh-tokoh masyarakat Desa Gempol Sari seperti tokoh agama, kalangan pemuda-pemudi dan kerabat-kerabatnya adalah salah satu cara Kepala Desa Juni dan Kepala Kuli. Dan di barengi dengan janji-janji yang nantinya setelah terpilih menjadi Kepala Desa Gempol Sari, disitulah upaya Kepala Desa Juni dalam memenangkan kontestasi Pilkades di Desa Gempol Sari.

Fenomena pilkades yang ada di Desa Gempol Sari kebanyakan sangat menarik dalam pemilihannya, antara lain manajemen Kepala Desa yang ada tidak hanya dengan mendaftarkan diri dan memenuhi syarat administrasi saja, namun manajemen yang di gunakan berbagai macam cara, salah satu manajemennya adalah melibatkan *local strongman*. Tidak bisa di pungkiri dalam kehidupan masyarakat Desa Gempol Sari, karena kepala *local strongman* sangat mempunyai pengaruh yang cukup besar di kalangan masyarakat Gempol Sari karena kebanyakan masyarakat masih percaya dengan hal mistis. Perubahan sosial tidak hanya bergantung pada peran yang dimainkannya, tetapi selalu ada individu atau

kelompok individu yang berpengaruh dalam menentukan kehidupan dan perubahan masyarakat. Individu atau kelompok individu ini biasa disebut dengan elite. Elit adalah seseorang yang mendapat lebih dari yang lain. Mereka yang memiliki dan memiliki lebih dari yang dimiliki orang lain, mereka yang memiliki kekuasaan (elit dari kelas penguasa), dan mereka yang berada di luar kekuasaan (kelas non-penguasa). Tegasnya, elit adalah mereka yang berpengaruh karena kekuatannya dan menduduki posisi dan kedudukan yang lebih tinggi dalam kehidupan masyarakat.

Fenomena kampanye pemenangan Pilkades ini juga menarik untuk dibahas. Dari realita dan fakta yang terjadi di masyarakat mengenai kampanye pemenangan Kepala Desa dalam Pilkades ini, tentunya setiap Kepala Desa akan menyiapkan berbagai manajemen politik. Diantara beberapa manajemen yaitu dengan cara menggunakan orang-orang kuat lokal bisa di sebut *local strongman* yang mempengaruhi pemilihan di tingkat lokal tersebut dan yang paling lazim terjadi di Pilkades ialah kekerabatan dan politik uang (Umam, 2022).

Dengan manajemen seperti ini masyarakat mampu dan mau menggunakan hak suara untuk memilih, kebanyakan masyarakat hanya memilih Kepala Desa yang memberikannya uang lebih dari Kepala Desa lainnya. Sehingga dimana Kepala Desa yang lebih banyak mengeluarkan dana kepada masyarakat maka Kepala Desa tersebut bisa menang.

Terkhusus fenomena *local strongman* dan politik uang diharapkan mampu untuk membeli suara rakyat dan juga menarik simpati rakyat. Namun cara ini adalah cara yang tidak tepat dan cara yang tidak dibenarkan. Berangkat dari fenomena *local strongman* dan politik uang masyarakat harusnya sadar bahwa suara mereka harusnya tidak bisa dibeli segampang itu dan tidak mengikuti pilihan orang yang di segani, karena hak mereka untuk memilih sesuai hati nurani telah terampas oleh *local strongman* dan politik uang. Apabila ini terus terjadi di masyarakat kita maka selamanya kita tidak akan pernah merasakan pemilu atau Pilkades yang bersih dan jujur dan pada akhirnya dapat memudahkan nilai-nilai demokrasi yang seharusnya bisa dijunjung tinggi (Umam, 2022).

Fenomena lain juga terjadi pada pilkades 2013 di Desa Gempol Sari, konflik politik menjadi latar belakang kejadian warga merusak rumah Kepala Desa Gembol Sari serta fasilitas umum lainnya seperti posyandu dan Kantor Desa. Hal ini terjadi karena massa pendukung Kepala Desa tersebut tidak terima Kepala Desa yang di usung kalah dan melakukan kericuhan selama proses pemilihan Kepala Desa.

Pemilihan Kepala Desa atau yang sering disingkat dengan istilah Pilkades, merupakan bentuk praktik demokrasi langsung di pedesaan. Dalam praktik demokrasi langsung seperti ini yang terpenting mengedepankan proses pemilihan yang memegang teguh tiga aspek penting, yaitu aspek kompetisi antar kontestan, partisipasi dan kebebasan (*liberalisasi*). Aspek kompetisi berkaitan dengan orang-orang yang mencalonkan diri sebagai Kepala Desa dan cara-cara yang dipakai untuk menjadikan mereka ini sebagai Kepala Desa. Aspek partisipasi berkaitan dengan pemahaman masyarakat terhadap pemilihan Kepala Desa, cara mereka merumuskan tipe kepemimpinan Kepala Desa dan model mereka membangun kesepakatan politik dengan para Kepala Desa. Aspek kebebasan erat kaitannya dengan suasana warga pemilih dalam menentukan pilihan politiknya kepada para Kepala Desa.

Selanjutnya dalam hal pemilihan Kepala Desa, para menggunakan komunikasi politik untuk melakukan kampanye yang dapat diartikan sebagai suatu proses komunikasi yang di dalamnya terdapat pesan-pesan politik. Dalam komunikasi politik, ada beberapa aktor atau tokoh politik yang ikut terlibat sebagai komunikator ataupun sebagai komunikan, selain itu pesan politik, media politik memiliki kaitan dengan tujuan dari politik itu sendiri yaitu kekuasaan. Kegiatan komunikasi politik ini sudah umum terjadi sejak lama di Indonesia.

Kepala Desa dari sebuah desa umumnya memiliki manajemen kampanye tersendiri dalam hal pemenangan dan harus mengarah kepada hal yang positif. Ini yang nantinya akan membentuk kepercayaan dan rasa hormat dari para jajaran staff terhadap atasannya menjadikan manajemen kampanye ini menjadi salah satu strategi komunikasi Kepala Desa dengan menjaga hubungan baik dan menumbuhkan kepercayaan khusus terhadap masyarakat.

Pelaksanaan Pilkades dalam konsep demokrasi merupakan *prototype* Pemilu langsung di Indonesia yang diartikan sebagai “pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat”, dalam konteks implementasi maupun implikasi Pilkades ini, bisa dipahami sebagai pengakuan terhadap keanekaragaman, sikap politik partisipatif masyarakat dalam bingkai demokrasi di tingkat desa. Guna mendukung usaha kandidat dalam mendapatkan suara dari masyarakat, setiap kandidat perlu melakukan pendekatan atau strategi yang jitu untuk memenangkan kontestasi dalam Pilkades. Berkaitan dengan uraian diatas, dapat diketahui bahwa sebuah pencapaian harus melalui strategi yang matang, guna untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti halnya dalam sebuah Pilkades (Mariyam, 2020).

Aktor politik harus mengembangkan konsep yang sesuai dengan marketing politiknya, Aktor politik harus melihat kondisi wilayah pemilihannya, serta harus mengembangkan konsep-konsep dalam marketing politik. Maka diperlukan komunikasi yang tepat karena komunikasi merupakan alat persuasif yang mempunyai pengaruh dan dapat dipengaruhi. Perencanaan komunikasi politik yang dilakukan partai merupakan keberhasilan dalam kemenangan merebut suara. Variabel tersebut merupakan perencanaan strategi komunikasi politik yang digunakan banyak partai politik dalam meraih dukungan suara rakyat (Linawati, 2022).

Strategi komunikasi politik menjadi hal yang sangat penting dalam upaya memenangkan suara dalam suatu pemilihan. Strategi yang baik merupakan strategi yang tersusun atas dasar perencanaan-perencanaan yang matang dengan pelaksanaan secara efektif dan efisien. Menurut Arnold Steinberg strategi adalah rencana atau tindakan. Penyusunan dan pelaksanaan strategi mempengaruhi sukses atau gagal nya strategi pada akhirnya. Jadi dengan kata lain strategi adalah suatu rencana yang dibuat oleh para pemimpin agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan (Putri, 2018).

Tantangan peneliti yang perlu diteliti adalah bagaimana manajemen Kepala Desa dalam melakukan kampanye politiknya dan bagaimana peran kekuatan politik lokal di pemenangan Kepala Desa Juni tersebut. Sehubungan dengan adanya fenomena tersebut, maka penulis bermaksud untuk mengkaji tentang manajemen pemenangan Kepala Desa dalam pelaksanaan kampanye dan peran kekuatan politik lokal di pemenangan pemilihan Kepala Desa, di Desa Gempol Sari ini.

Dalam uraian latar belakang di atas, peneliti sangat tertarik dalam

melakukan penelitian lebih lanjut, untuk hasil dari penelitian ini akan dijadikan dalam bentuk jurnal penelitian yang berjudul “Manajemen Kampanye Pertahanan Kepala Desa Dalam Kontestasi Politik Desa Gempol Sari Tahun 2019”.

## **METODE**

Pemilihan lokasi penelitian di Desa Gempol Sari. Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini paradigma konstruktivisme. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif. Tipe penelitian yang dipergunakan adalah Studi Kasus. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* (Amany, 2022).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tahapan pelaksanaan Pilkades di wilayah Kabupaten Tangerang di laksanakan di 153 Desa sesuai dengan aturan yang ada yaitu Permendagri Nomer 112 Tahun 2014 sebagaimana telah diubah dengan Permendagri Nomer 65 Tahun 2017 tentang Pemilihan Kepala Desa, dan Peraturan Bupati Nomer 79 Tahun 2019 tentang Perubahan Ketiga atas Peraturan Bupati Tangerang Nomer 79 Tahun 2014 tentang Tata Cara Pemilihan, Pemilihan Antarwaktu, dan Pemberhentian Kepala Desa.

Untuk mengetahui manajemen kampanye pertahanan Kepala Desa Dalam Kontestasi Politik Di Desa Gempol Sari Tahun 2019 peneliti menggunakan Konsep strategi pemasaran, menurut Venus, 2004: 15 yang mengenal sebuah konsep STP diantaranya, *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning*. Berikut hasil penelitian yang berdasarkan teori tersebut :

### **1. Segmentation**

Pada indikator pertama yaitu segmentasi berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam manajemen kampanye pertahanan kepala desa di Desa Gempol Sari Tahun 2019, pada indikator segmentasi menunjukkan hasil segmentasi atau strategi yang dilakukan dalam pemenangan kepala desa Gempol Sari dalam pemilihan umum tahun 2019 yaitu dengan melakukan manajemen kampanye sehingga beberapa tokoh ikut berperan dalam proses kampanye diantaranya tim sukses, pak RW dan pak RT di wilayah Gempol Sari. Kemudian menghasilkan strategi politik yaitu dengan melakukan pendekatan persuasif kepada masyarakat dengan memenuhi kebutuhan masyarakat, bersosialisasi, *door to door* serta pembagian bantuan paket sembako dan bantuan lainnya. Dalam segmentasi pada manajemen kampanye ini juga dibagi dalam beberapa kelompok sesuai dengan wilayah demografis, budaya, usia dan karakteristik masyarakat guna mencapai tujuan kampanye politik yang tepat sasaran.

Strategi tersebut juga diperkuat dengan hasil penelitian (Cholillah Suci Pratiwi) yang menunjukkan bahwa teknik *door to door* dipilih untuk bertemu pemilih dalam bermanfaat bagi petahana untuk mempromosikan dirinya, sebelum masa kampanye. Strategi ini diyakini untuk menggaet suara. Sebab, cara kampanye *door to door* menggerakkan untuk lebih berkontribusi dengan melibatkan diri pada masalah lokal, organisasi dan komunitas.

Selain itu penelitian (Mulyani, 2020) menunjukkan bahwa Kesimpulan strategi komunikasi persuasif agar diterima oleh masyarakat harus memperhatikan beberapa unsur-unsur komunikasi diantaranya, komunikator, pesan, media, komunikan, efek dari komunikasi tersebut. 2). Setiap kegiatan komunikasi persuasif dalam kampanye pasti memiliki hambatan diantaranya faktor mekanistik dan psikologis serta faktor lain. 3). adapun upaya untuk mengatasi hambatan tersebut adalah dengan identifikasi dan menentukan sasaran, perumusan strategi dan pemilihan metode persuasi yang harus ditanggung oleh persuade mengenai cara penyampaian pesan persuasi agar sesuai tujuan.

## **2. Targeting**

Pada indikator kedua yaitu *targeting* berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam Manajemen Kampanye Kepala Desa Di Desa Gempol Sari Tahun 2019, pada indikator *targeting* menunjukkan sudah mencapai target pasar hal ini dilihat dari data pendukung hasil perolehan suara pada pemilihan kepala Desa Gempol Sari tahun 2019 yang mencapai 5643 suara ini lebih unggul dibandingkan lawan politik dari Kepala Desa Juni yang hanya memperoleh suara sebanyak 4225 suara. Hanya berbeda 1.418 suara saja, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam proses penentuan *targeting* ini tergolong berhasil karena membawa Kepala Desa Juni sebagai pemenang dalam kontestasi politik di Desa Gempol Sari tahun 2019. Berdasarkan hasil penelitian dengan beberapa informan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam proses penentuan *targeting* ini tergolong berhasil karena membawa Kepala Desa Juni sebagai pemenang dalam kontestasi politik di Desa Gempol Sari tahun 2019.

Hal ini di dukung oleh penelitian (Harendza, 2018) yang menunjukkan bahwa dalam kampanye media yang digunakan telah disesuaikan dengan kebutuhan dan pendekatan sesuai target market sehingga dapat memiliki efektivitas.

## **3. Positioning**

Dan pada indikator terakhir yaitu *positioning* menghasilkan hasil penelitian yaitu bahwa dalam Manajemen Kampanye Kepala Desa di Desa Gempol Sari Tahun 2019, pada indikator *positioning* menunjukkan terdapat upaya dalam pencapaian positioning diantaranya dengan membangun citra diri Kepala Desa Gempol Sari tahun 2019. Sedangkan pada indikator ketiga ini adanya upaya membangun citra diri sehingga dapat mengambil hati masyarakat Desa Gempol Sari. Namun dalam pelaksanaannya terdapat hambatan yaitu banyaknya masyarakat yang berbeda pandangan dan pendapat, masyarakat yang tidak membuka diri serta masyarakat yang menyalahartikan sebuah empati dan simpati dari kepala desa.

Pada penelitian (Saputri, 2021) juga menunjukkan bahwa *personal branding* berguna dalam suatu pemilihan umum, karena dari personal branding dapat menarik minat pemilih untuk memilih seorang kandidat yang maju dalam suatu pemilihan umum, hal tersebut juga berlaku dalam pemilihan kepala desa, dimana personal branding juga menjadi salah satu faktor penentu kemenangan dan dijadikan sebuah strategi untuk dapat memenangkan pilkades yang diikuti oleh seorang kandidat kepala desa.

Dari ketiga indikator tersebut sesuai hasil penelitian menunjukkan bahwa pada proses segmentasi Kepala Desa Gempol Sari ini mempunyai strategi khusus yang dilakukan untuk memenangkan hati masyarakat Desa Gempol Sari sehingga pada indikator kedua yaitu *targeting* ini sudah mencapai sasaran target hal ini

dibuktikan melalui pemenangan kontestasi politik yang dimenangkan oleh Kepala Desa Juni. Akan tetapi salah satu strategi yang salah untuk dilakukan yaitu dengan adanya pemberian bantuan sembako dan bantuan non pangan yang diberikan oleh Kepala Desa Gempol Sari pada kontestasi politik tahun 2019 lalu, hal ini dinilai salah karena melanggar beberapa peraturan terkait dengan kampanye kepala desa. Ini diatur dalam Pasal 187A ayat 1 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pilkada.

Dalam pasal tersebut ditulis bahwa setiap orang yang dengan sengaja menjanjikan atau memberi uang atau materi lainnya untuk memengaruhi pemilih, dipidana dengan pidana penjara 36-72 bulan dan denda Rp 200 juta - Rp 1 miliar. Selain pemberi, pemilih yang dengan sengaja menerima sembako atau materi lainnya juga bisa dikenakan sanksi pidana yang sama. Aturan tersebut tercantum dalam Pasal 187A ayat 2 UU tersebut. Sehingga dalam proses kampanye hendaknya kepala desa tidak memberikan imbalan dalam bentuk apapun kepada masyarakat agar demokrasi politik di Desa Gempol Sari dapat terjalin dengan adil dan jujur.

Kemudian hasil penelitian ini juga bisa digunakan untuk menyiapkan pemilihan umum yang akan datang, sehingga kemungkinan 3 periode ini mungkin terjadi. Akan tetapi ada isu yang beredar bahwa tahun depan kepala desa yang akan mencalonkan ini akan bersaing dengan *local strongman* yang ada di wilayah Desa Gempol Sari. Fenomena *local strongman* ini mampu untuk menarik simpati rakyat. *Local strongman* diartikan sebagai aktor tingkat lokal yang memiliki pengaruh sangat kuat dalam kehidupan masyarakat. *Local strongman* sebagai elit lokal dalam struktur sosial mereka berfungsi sebagai administrator, agiator, pemersatu, penyebar, propaganda ideologi, dan broker politik. Untuk itu agar pemenangan kontestasi politik ini ada di tangan Kepala Desa Juni lagi, tentunya strategi demi strategi harus terus ditingkatkan agar nantinya kemenangan tersebut ada di pihak Kepala Desa Juni kembali.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian (Anggi Farera, 2022) yang menunjukkan bahwa dalam upaya pemenangan kontestasi politik ini yang perlu dilakukan adalah menciptakan kebersamaan dengan khalayak atau masyarakat agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai yaitu untuk meraih kekuasaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti jabarkan, peneliti memiliki pandangan berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan. Dalam menjalankan Manajemen Kampanye Pertahanan Kepala Desa Dalam Kontestasi Politik Di Desa Gempol Sari Tahun 2019 ini peneliti memiliki pandangan yang berbeda dalam manajemen kampanye pertahanan kepala desa ini hendaknya dilakukan dengan pendekatan yang lebih *persuasif* kepada masyarakat bukan lagi melihat jaringan kekeluargaan, pemberian uang, rasa hutang budi menjadi dasar seseorang memberikan dukungan kepada salah satu kandidat, tetapi rasa memilih dan keputusan memilih kepala desa ini harus dilandaskan pada pengetahuan tentang kinerja dan kualitas diri seorang kepala desa. Hal ini perlu diperhatikan agar nantinya kepala desa yang terpilih adalah kepala desa yang memiliki kemampuan dan kredibilitas tinggi sehingga mengurangi praktik KKN (korupsi, kolusi dan nepotisme) yang sering terjadi pada masyarakat Desa.

Manajemen kampanye pertahanan kepala desa Gempol Sari ini hendaknya dilakukan dengan teori strategi politik maupun komunikasi politik. Seperti melalui pesan dan media, dimana keduanya harus mampu diterapkan dalam hal *public*

*relations politic*. Peran media massa sebagai sarana berkampanye pada ajang pemilihan Kepala Desa Gempol Sari ini sangat penting. Dimulai dari menciptakan suatu produk politik berupa visi dan misi yang diusung oleh masing-masing kandidat, melakukan pendekatan kepada seluruh masyarakat, mempertimbangkan seluruh pembiayaan yang dikeluarkan oleh para kepala desa selama mencalonkan diri, dan mempertimbangkan tempat dalam melakukan komunikasi-komunikasi politik.

Manajemen kampanye tersebut juga di dukung dari hasil penelitian (Evedi, 2020) yang menunjukkan Strategi kampanye politik yang dilakukan calon kades adalah dengan menerapkan pendekatan produk politik berupa visi dan misi yang diusung oleh masing-masing kandidat serta komunikasi-komunikasi politik ditengah masyarakat telah terbukti mampu diterapkannya dengan baik sehingga dapat memberikan hasil sesuai target yang diinginkan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa dalam Manajemen Kampanye Pertahanan Kepala Desa Dalam Kontestasi Politik Di Desa Gempol Sari Tahun 2019 sesuai dengan indikator teori yang peneliti gunakan sebagai acuan untuk penelitian, menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

### 1) Manajemen Kampanye Pertahanan Kepala Desa Dalam Kontestasi Politik Di Desa Gempol Sari Tahun 2019

Dari ketiga indikator penelitian menunjukan bahwa pada proses segmentasi Kepala Desa Gempol Sari ini mempunyai strategi khusus yang dilakukan untuk memenangkan hati masyarakat Desa Gempol Sari sehingga pada indikator kedua yaitu *targeting* ini sudah mencapai sasaran target hal ini dibuktikan melalui kemenangan kontestasi politik yang dimenangkan oleh Kepala Desa Juni. Sedangkan pada indikator ketiga ini adanya upaya membangun citra diri sehingga dapat mengambil hati masyarakat Desa Gempol Sari.

### 2) Hambatan Manajemen Kampanye Pertahanan Kepala Desa

Hambatan yang terjadi pada manajemen kampanye pertahanan Kepala Desa Gempol Sari tahun 2019 yaitu adanya perbedaan pandangan dari setiap masyarakat, masyarakat yang tidak membuka diri serta masyarakat yang menyalahartikan sebuah empati dan simpati dari kepala desa. Dan juga hambatan keterbatasan anggaran, kekompakan tim sukses dan ketokohan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agung, E. S., Indrajat, H., Harjo, B., & Juantara, B. (2022). Strategi Local Strongman Dalam Pemilihan Kepala Desa Bumi Sari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan Tahun 2019. *Jurnal Studi Ilmu Sosial Dan Politik*, 2(1), 47-63.
- Amany, P. R. (2022). *Strategi Public Relations Dalam Menjaga Eksistensi Pt Pikiran Rakyat Di Bandung* (Doctoral Dissertation, Fisip Unpas).
- Amelia, W. (2019). Performa Komunikasi Politik Dalam Tuturan Persuasive Surya Paloh. *Lingua: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 15(1), 36-44.

- Anggara, D. I., Sulton, S., & Asmaroini, A. P. (2019). Analisis Strategi Politik Calon Kepala Desa Incumbent Dalam Menghadapi Pemilihan Kepala Desa Di Desa Balong Tahun 2019. *Edupedia*, 3(2), 71-82.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cv Jejak (Jejak Publisher).
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2).
- Assyakurrohimi, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Bafadhah, F., & Pratiwi, C. S. (2020). Strategi Marketing Politik Kepala Desa Pertahana Pada Pilkades Di Desa Sidomukti Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(4), 312-319.
- Eka Putra Yanuar Hardiansyah Dan Dr. H. Waska Warta., M.M (2019) *Pengkaryaan Perancangan Kampanye Sosial Aktifitas Jalan Kaki Eka Putra Yanuar Hardiansyah 146010029*. Skripsi(S1) Thesis, Desain Komunikasi Visual.
- Evendi, F., & Kurnia, D. A. (2020). Strategi Kampanye Politik Pemilihan Kepala Desa Dalam Upaya Menggiring Opini Publik. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 9(2), 12-23.
- Fariastuti, I., & Pasaribu, M. (2020). Kampanye Public Relations# Medialawancovid19 Di Media Massa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 212-220.
- Firmansyah, J. (2020). Strategi Pemasaran Politik Asaat Abdullah Dalam Pemilu Legislatif Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2019. *Jurnal Trias Politika*, 4(2), 136-154.
- Harendza, J. G., Hartanto, D. D., & Santoso, M. A. (2018). Perancangan Kampanye Sosial" Jagoan". *Jurnal Dkv Adiwarna*, 1(12)
- Harmianto, S. (2022). Studi Deskriptif Karakter Kepemimpinan Pcm Bukateja Dan Pcm Kejobong Kabupaten Purbalingga. *Khazanah Pendidikan*, 16(1), 138-143.
- Handoko, T., Darmansyah, R., & Syofian, S. (2020). Fenomena Local Strongman (Studi Kasus Pengaruh Sukarmis Dalam Mendukung Kemenangan Andi Putra Sebagai Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kuantan Singingi). *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(3), 655-664.
- Kojongian, M. K., Tumbuan, W. J., & Ogi, I. W. (2022). Efektivitas Dan Efisiensi Bauran Pemasaran Pada Wisata Religius Bukit Kasih Kanonang Minahasa Dalam Menghadapi New Normal. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1966-1975.
- Kurniawan, Andri (2021) *Analisis Strategi Marketing Politik Pasangan Bupati Dan Wakil Bupati Sugiri Sancoko Dan Lisdyarita Dalam Pilkada Serentak Tahun 2020 Di Kabupaten Ponorogo*. Skripsi (S1) Thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Kusmayadi. (2019). Kusmayadi, E., Agung, S., & Satori, A. (2019). Model Politik Kartel Dalam Pilkada Calon Tunggal Di Kabupaten Tasikmalaya.

Deepublish.

- Linawati, L., Toruan, R. R. M., Gumelar, P. I., & Al-Araf, K. (2022). Komunikasi Politik Muhammad Dwiki Ramadhani Dalam Merebut Dukungan Kalangan Generasi Milenial Pada Pemilu 2019. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 177-189.
- Mariyam, S., & Satria, A. P. (2020). Dilematika Penegakan Hukum Terhadap Penyelesaian Sengketa Pemilihan Kepala Desa Di Indonesia. *Era Hukum-Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 18(2).
- Mulyani, D. (2020). *Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Kegiatan Kampanye Calon Kepala Desa Langensari Kecamatan Solokanjeruk (Studi Deskriptif Terhadap Kandidat No Urut 3 Dalam Kegiatan Kampanye Calon Kepala Desa Langensari Kecamatan Solokanjeruk Kabupaten Bandung)* (Doctoral Dissertation, Universitas Sangga Buana Ypkp Bandung).
- Nasution, A. F., Alinur, A., Herlina, H., Elfina, H., Siregar, I., & Daulay, D. E. (2022). Sosialisasi Budaya Olahraga Bagi Siswa Dan Siswi Di Pesantren Darussalam Guntur Batubara. *J-Las (Journal Liaison Academia And Society)*, 2(4), 57-62.
- Nurhaedah, N. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Griya Ib Hasanah Dengan Pendekatan Stp Pada Akad Musyarakah Mutanaqisah (Studi Pada Pt. Bni Syariah, Tbk. Kantor Cabang Makassar)* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial Dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(2).
- Pranta, S. J. (2017). *Analisis Hak Pilih Masyarakat Dalam Pemilihan Kepala Desa Tanjung Harapan Kecamatan Kampar Kiri Kabupaten Kampar* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Kepala Desa Pertahana Pada Pilkades Di Desa Sidomukti Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jisip (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 4(4).
- Purwanti, I., & Frinaldi, A. (2019). Analisis Komunikasi Politik Tim Kampanye Pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Padang 2018. *Ranah Research: Journal Of Multidisciplinary Research And Development*, 1(3), 573-578.
- Putri. (2018). <https://opac.perpusnas.go.id/detailopac.aspx?id=835256>
- Puspita, A. T., Kania, R., & Sagita, D. (2019). *Strategi Personal Branding Denny Santoso* (Doctoral Dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Ramadani, F. F. (2021). *Peran Local Strongman Pada Kontestasi Politik Lokal (Studi Kemenangan Herlan Dalam Pilkades Desa Margaluyu, Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis)* (Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi).
- Ray, M. G. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Seputar Kasus Pembakaran Bendera Tauhid Pada Kompas.Com Dan Republika.Co.Id Edisi Oktober 2018. In *Orphanet Journal Of Rare Diseases* (Vol. 21, Issue 1).
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. In *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*.
- Saputri, C. S. (2021). Strategi Kemenangan Arif Maskur Dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Periode Jabatan

- Tahun 2018-2024. *Journal Of Politic And Government Studies*, 11(1), 172-181.
- Saputra, B. B. B. (2019). *Strategi Komunikasi Politik Partai Politik Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2012 Di Kota Batu (Studi Kasus Tim Pemenangan Pemilu Eddy Rumpoko-Punjul Santoso)* (Doctoral Dissertation, University Of Muhammadiyah Malang).
- Sari, P. D. S., Rube'i, M. A., & Firmansyah, S. (2022). Peran Komisi Pemilihan Umum (Kpu) Dalam Melaksanakan Fungsi Sosialisasi Politikbagi Pemilih Pemula Di Kota Pontianak. *Character And Civic*, 2(2), 39-50.
- Shahreza, M. (2017). Komunikator Politik Berdasarkan Teori Generasi. *Nyimak: Journal Of Communication*, 1(1), 33-48.
- Streit, A. K. (2017). Kajian Kampanye Anti Tawuran Remaja Smp & Sma Dalam Bentuk Komik. *Rupa Rupa*, 4(2).
- Umam, A. (2022). *Strategi Pemenangan Calon Kepala Desa Lh Di Desa Brg Kecamatan Gkl Kabupaten Sumenep (Studi Kasus Desa Brg Kecamatan Gkl Kabupaten Sumenep)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Pratiwi, C. S., Bafadhal, F., & Giovani, A. S. (2020). Strategi Marketing Politik.