

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dalam Pasal 1 ayat 43 yang dimaksud dengan desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki 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 sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Desa merupakan bagian terkecil dari struktur pemerintahan yang ada di dalam struktur pemerintahan di Indonesia, desa memiliki wewenang dalam merencanakan pembangunan guna memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan pemerintah desa yang paling dekat dan paling mengetahui kebudayaan masyarakat (Syahrul Syamsi, 2014). Desa yang merupakan bagian pemerintahan terkecil dan unsur pemerintahan yang paling bawah dari suatu negara juga mempunyai suatu pemerintahan. Pemerintahan desa diselenggarakan oleh pemerintah desa yang terdiri atas kepala desa dan perangkat desa.

Kepala desa merupakan pemimpin tertinggi dan pemegang kekuasaan formal tertinggi di dalam masyarakat desa. Seorang kepala desa memegang kekuasaan yang menentukan dan harus memikul tanggung jawab sepenuhnya pemerintahan desa (Kartohadikoesoemo, 1984).

Kepala desa juga mempunyai peranan dan kedudukan yang penting dalam memimpin dan menyelenggarakan pemerintahan desa. Bukan hanya menjadi figur pemimpin desa saja, seorang kepala desa juga mempunyai tanggung jawab untuk membina kehidupan masyarakat desa, memelihara ketentraman dan ketertiban masyarakat desa, mendamaikan perselisihan masyarakat di desa dan membina perekonomian desa, serta dalam memimpin, kepala desa juga harus menentukan keberhasilan desa untuk mencapai tujuan yang dicita-citakan. Maka dari itu diperlukan suatu pemimpin desa atau yang biasa disebut dengan kepala desa yang mempunyai kompetensi dan mampu mengemban tanggung jawab sebagai kepala desa dengan baik.

Kepala desa dipilih langsung oleh masyarakat melalui pemilihan. Pemilihan Kepala Desa merupakan salah satu usaha dalam mewujudkan pemerintahan yang demokratis di desa.

Pemilihan Kepala Desa dilaksanakan secara serentak di seluruh wilayah Kabupaten/Kota. Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa yang dilaksanakan secara serentak diseluruh wilayah Kabupaten/Kota dimaksudkan untuk menghindari hal negatif dalam pelaksanaannya (Rudiadi, 2017). Pemilihan Kepala Desa diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. Dalam Pasal 31 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa dijelaskan bahwa Pemilihan Kepala Desa yaitu sebagai berikut:

1. Pemilihan Kepala Desa dilaksanakan secara serentak di seluruh wilayah Kabupaten;
2. Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota menetapkan kebijakan pelaksanaan pemilihan.

Semua hal yang berkaitan dengan Pemilihan Kepala Desa telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. Semua aturan dan persyaratan pencalonan tertuang pasal demi pasal dalam Peraturan Pemerintah tersebut. Selanjutnya, pengaturan tentang Pemilihan Kepala Desa serentak juga diatur secara khusus dalam Permendagri Nomor 112 Tahun 2014 tentang Pemilihan Kepala Desa Serentak.

Kabupaten Tegal merupakan salah satu kabupaten yang telah melaksanakan pertama kalinya Pemilihan Kepala Desa Serentak pada Tahun 2017. Sehingga Pemilihan Kepala Desa Serentak Tahun 2017 di Kabupaten Tegal dapat dijadikan sebagai tolak ukur kemajuan dalam hal demokrasi di Kabupaten Tegal. Dilansir dari berita setda.tegalkab.go.id yang diakses pada tanggal 3 Januari 2020, sebanyak 48 desa dari 17 kecamatan se Kabupaten Tegal telah mengikuti pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa Serentak Tahap I Tahun 2017 di yang diikuti oleh 181 calon, dan telah dilaksanakan pada hari minggu tanggal 29 Oktober 2017. Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa di Kabupaten Tegal dilakukan sebanyak tiga kali tahap, tahap kesatu yaitu pada Tahun 2017, tahap dua di Tahun 2018 dan tahap ketiga yang dilaksanakan pada Tahun 2019. Pemilihan Kepala Desa Serentak Tahap I di Kabupaten Tegal telah dilaksanakan dengan baik dan

sesuai dengan peraturan yang berlaku. Masyarakat di Kabupaten Tegal telah berpartisipasi penuh dalam pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa serentak dengan menggunakan hak pilihnya dengan baik.

Sebagai tindak lanjut dari ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, maka Pemerintah Kabupaten Tegal menetapkan Peraturan Daerah yaitu Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Tegal Nomor 14 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Tegal Nomor 6 Tahun 2015 tentang Kepala Desa, Perangkat Desa dan Badan Permusyawaratan Desa. Dengan adanya peraturan daerah tersebut lahirlah Peraturan Bupati (Perbup) Nomor 33 Tahun 2017 tentang Kepala Desa, yang dijadikan sebagai landasan regulasi mengenai Pemilihan Kepala Desa di Kabupaten Tegal.

Salah satu desa di Kabupaten Tegal yang telah melaksanakan Pemilihan Kepala Desa Serentak Tahun 2017 yaitu Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal yang diikuti oleh lima calon kandidat kepala desa, yang masing-masing kepala desa tersebut berasal dari berbagai dusun yang ada di Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal.

Tabel 1.1
Daftar Bakal Calon Kandidat Kepala Desa Kesuben

Nomor	Kandidat Kades	Akumulasi Perolehan Suara
1.	Amin Wahyudin	1.274
2.	Isro	825
3.	Urfah, S.IP	1.094
4.	Arif Maskur	2.087
5.	Sudjarwo	259
Jumlah Calon: 5		Jumlah Total Perolehan Suara: 5.539
Suara tidak sah		86 suara
Jumlah pemilik hak pilih		8.521
Jumlah pengguna hak pilih		5.625

Sumber: Panitia Pemilihan Kepala Desa Kesuben, 2017

Dalam setiap ajang pemilihan umum, baik dalam pemilihan presiden, pemilihan pemilihan kepala daerah maupun pemilihan legislatif, masing-masing calon kandidatnya mempunyai sebuah strategi untuk bisa memenangkan pemilihan umum yang diikutinya. Tak terkecuali dengan pemilihan kepala desa, yang setiap calon kandidat kepala desa juga mempunyai sebuah strategi untuk dapat memenangkan pemilihan kepala desa yang diikutinya.

Strategi adalah suatu istilah yang bermula dari kalangan militer yang memiliki arti “kiat yang digunakan dalam memenangkan peperangan” maka dapat diartikan tentang suatu cara untuk mendapat tujuan (Siagian, 2005). Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan strategi adalah suatu cara untuk mencapai tujuan. Dalam Pemilihan Kepala Desa, strategi

digunakan oleh calon kandidat kepala desa untuk mendapatkan tujuan yaitu memenangkan Pemilihan Kepala Desa yang diikutinya.

Dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Tahun 2017 masing-masing calon kandidat kepala desa mempunyai strategi yang digunakan untuk mendapatkan tujuan yaitu kemenangan yang diinginkan oleh masing-masing calon kandidat. Tak terkecuali dengan Arif Maskur yang merupakan kepala desa terpilih yang menggunakan strategi dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Tahun 2017.

Arif Maskur yang *notabene* tidak mempunyai latar belakang pendidikan tinggi seperti salah satu calon kandidat kepala desa yang mempunyai latar belakang pendidikan tinggi yang merupakan lulusan sarjana yaitu Urfah, S.IP, dimana *stereotype* masyarakat desa terhadap seseorang yang berpendidikan tinggi dianggap mempunyai nilai lebih dan berkompeten dalam segala bidang. Ia juga bukan berasal dari latar belakang golongan ekonomi kelas atas seperti Isro Bahroni, dimana pandangan masyarakat desa terhadap seseorang berasal dari golongan ekonomi kelas atas dianggap mempunyai kinerja yang baik dan dapat membawa kemakmuran bagi desanya. Serta bukan juga berasal dari latar belakang tokoh sentral di masyarakat Desa Kesuben seperti Amin Wahyudin, namun dapat memenangkan Pemilihan Kepala Desa Kesuben. Kemenangan Arif Maskur dapat dianalisis dari strategi yang digunakan, karena pemilihan strategi yang tepat dapat menunjang kemenangan yang didapatkan.

Pembahasan dari penulisan ini akan menyoroti bagaimana strategi yang dilakukan Arif Maskur dan tim suksenya dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Tahun 2017. Berdasarkan latar belakang

diatas, penulis ingin mengetahui dan menjelaskan apa yang menjadi fokus pada penulisan ini yaitu strategi Arif Maskur dan tim suksesnya dalam memenangkan Pemilihan Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Tahun 2017.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi yang digunakan Arif Maskur dan tim suksesnya dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Tahun 2017?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang digunakan Arif Maskur dan tim suksesnya dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Tahun 2017.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini ditujukan untuk menganalisis dan mengembangkan teori-teori dalam pemilihan kepala desa yang dikaji dari sudut pandang studi ilmu politik-pemerintahan mengenai strategi politik.

2. Kegunaan Praktis

Temuan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang memerlukan sumber pelengkap informasi, terutama dalam kaitannya dengan strategi pemenangan Arif Maskur sebagai Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tahun 2017. Temuan

penelitian dapat juga dijadikan sebagai pembanding dalam penelitian sejenis lainnya.

1.5 Penelitian Terdahulu

1. Skripsi yang ditulis oleh Ratna Sulistyowati yang berjudul “Strategi Pemenangan Kandidat Kepala Desa (Studi Kasus Kemenangan Polisi Dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2015 di Desa Kebasen Kecamatan Kebasen Kabupaten Banyumas)”. Skripsi ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif dengan tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, *display* data dan kesimpulan.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pemenangan yang digunakan oleh Sholehan terlebih dahulu dengan membentuk tim sukses. Para kader dipilih dari masing-masing RT sejumlah 2-3 orang. Dan dibagi menjadi 3 bagian yaitu Ring 1, Ring 2 dan Ring 3. Strategi selanjutnya yaitu menentukan basis massa pendukung. Dalam menentukan besaran pendukungnya tim sukses memetakannya dengan menentukan dimana letak keluarga dari Sholehan berada. Basis massa pendukung terbesar Sholehan berada di RW 2 yang merupakan tempat tinggal dari Solehan beserta keluarga besar tinggal. Selain anggota keluarga, tim sukses memusatkan kepada para pemuda, sesepuh atau orang tua. Kemudian Sholehan dan tim suksesnya melakukan

pendekatan ke warga dan menawarkan mengenai program kerja beserta visi dan misinya. Selain itu Sholehman dan tim sukses juga memberikan bantuan baik berupa jasa atau *materiil* ke warga. Sholehman juga melakukan kampanye tertutup dengan memberikan sejumlah uang ke warga pada saat sebelum pelaksanaan sebagai pengganti uang *transport* untuk datang memilih. Dalam mengatasi kelemahan, tim sukses melakukan tindakan bagi para kader yang ketahuan mendua mereka tidak diberi informasi yang *riil* mengenai strategi yang akan dijalankan, dan untuk menghindari adanya hal-hal negatif yang terjadi di jalan dan menghindari para pemain judi yang dapat bertindak apa saja, tim sukses melakukan jemput bola warga yang rumahnya jauh untuk diantar ke tempat pemilihan.

2. Skripsi yang ditulis oleh Slamet Untung yang berjudul “Strategi Pemenangan Kepala Desa Terpilih di Desa Sikayu Kec. Comal Kab. Pematang dalam Pesta Demokrasi Desa Tahun 2012”. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik dan alat pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi, dalam penelitian ini teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi politik yang digunakan kepala desa terpilih dimulai dengan melakukan pemantauan terhadap lawan politiknya untuk mengetahui kekurangan strategi yang dikembangkan oleh lawan politiknya, untuk mencari dukungan dari warga masyarakat dilakukan pendekatan secara *group* dan personal, dan strategi pemenangan yang digunakan adalah (1) menentukan basis massa pendukung, merumuskan konsep kampanye dan juga cara menyusun program kerja yang ditawarkan kepada masyarakat; (2) strategi ofensif dengan memberikan sejumlah imbalan kepada masyarakat yang menjadi targetnya atau masyarakat yang masih mengambang dan juga strategi defensif dengan menjaga agar massa yang telah loyal pada Purnomo S.E tetap memilihnya sampai hari H sebelum pemilihan; (3) pemberian uang dengan memberikan sejumlah uang dan barang dimana nilai dan jumlahnya lebih besar bila dibandingkan dengan pemberian yang dilakukan oleh rivalnya (4) *direct selling* secara langsung mendekati masyarakat yang menjadi targetnya atau masyarakat yang masih mengambang untuk mengenalkan visi, misi dan program kerja yang dibawa bapak Purnomo S.E. Program kerja yang ditawarkan kepada masyarakat sesuai dengan keadaan desa dan memperhatikan kebutuhan masyarakat desa.

3. Karya Ilmiah yang ditulis oleh Tengku Imam Syarifuddin, Erwin Resmawan, Iman Surya yang berjudul “Strategi Pemenangan Kepala Desa Terpilih Pada Pemilihan Kepala Desa Santan Tengah Kecamatan Marangkayu Kabupaten Kutai Kartanegara Tahun 2016”. Karya Ilmiah ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan deskripsi pada masing-masing variabel yang diteliti. Analisis data model interaktif dari B. Miles dan A. Huberman, yang diawali dengan reduksi data, penyajian data, kondensasi data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan Kepala Desa Terpilih dalam Pemilihan Kepala Desa Santan Tengah menggunakan teknik strategi Identifikasi Besaran (*Size*) dukungan dimana memiliki beberapa tahapan yaitu penempatan tim pemenang, survei, dan identifikasi intensitas kampanye. Selanjutnya, strategi *door to door* atau pintu ke pintu dimodifikasi dengan menggunakan metode keterwakilan suara masyarakat oleh para tokoh-tokoh di desa melalui safari politik. Kelompok diskusi dilakukan untuk memperoleh data perumusan program, selain itu juga memungkinkan untuk melakukan pencitraan. *Direct Mass Campaign* ditujukan untuk merebut suara dari masyarakat yang masih abu-abu dan terakhir *Indirect Mass Campaign* menggunakan *facebook* dan baliho sebagai media kampanye. Faktor penghambat hadir dari pendanaan. Faktor pendukung yaitu

terstrukturnya tim pemenangan Nasrullah serta sumber daya manusia yang berpengalaman.

Letak perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diambil yaitu terdapat pada substansi pokok pembahasan penelitian. Dimana pokok penelitian yang ingin diteliti, terfokus pada strategi politik yang digunakan oleh Arif Maskur dan tim sukses. Ia yang *notabene* dari golongan masyarakat biasa, berlatar belakang lulusan bangku sekolah menengah pertama mampu mengalahkan pesaingnya yang merupakan golongan dari masyarakat yang mempunyai citra sosial tinggi seperti lulusan sarjana yaitu Urfah, S.IP, penggiat/tokoh sentral yaitu Amin Wahyudin, dan golongan masyarakat atas yaitu Isro Bahroni.

1.6 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.6.1 Strategi Politik

Strategi politik merupakan suatu pendekatan komunikasi politik yang perlu dilakukan oleh para kontestan atau bakal calon untuk dapat memenangkan pemilu. Para kontestan 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 (Firmanzah, 2007).

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2007). Suatu strategi selalu memiliki satu tujuan yaitu “kemenangan”. Kemenangan akan tetap menjadi fokus utama dari adanya suatu strategi. Jika strategi dikaitkan dengan politik tentu tujuan dari dibentuknya suatu strategi adalah kemenangan politik itu sendiri. Dalam konteks pemilihan umum, sebuah strategi politik diperlukan oleh seorang calon kandidat yang maju dalam pemilihan umum dan menjadikannya sebagai strategi dalam memenangkan pemilihan umum tersebut. Sehingga dalam konteks penelitian ini, seorang calon kandidat kepala desa yang maju dalam pemilihan kepala desa juga membutuhkan suatu strategi politik yang akan berguna untuk memenangkan pemilihan kepala desa yang diikutinya.

1.6.2 Marketing Politik

Dalam iklim politik khususnya pemilihan umum yang penuh dengan persaingan terbuka dan transparan, seorang kontestan yang maju dalam pemilihan umum membutuhkan suatu metode yang dapat memfasilitasi mereka untuk bisa memenangkan pemilihan umum. Perlu suatu strategi untuk dapat memenangkan pemilihan umum, seorang kontestan yang maju dalam pemilihan umum harus dapat membuat pemilih berpihak dan memberikan suara kepadanya. Hal ini hanya akan terlaksana dan dapat dicapai apabila kontestan memperoleh dukungan yang luas dari pemilih. *Marketing* politik merupakan metode dan konsep aplikasi *marketing* dalam konteks politik (Firmanzah, 2007).

Marketing politik merupakan cara untuk merebut hati konstituen dan membuat mereka memilih kandidat yang diinginkan. Persaingan menuntut para kandidat untuk memikirkan cara dan metode yang efektif dalam berkomunikasi dan meyakinkan konstituen bahwa mereka layak dipilih (Cangara, 2009).

Dalam *marketing* politik terdapat dua pendekatan besar. Pertama, yaitu *marketing* politik yang menggunakan teori strategi pendekatan pasar (Nursal, 2004) yang disebut dengan istilah 3P yaitu *push marketing*, *pull marketing*, dan *pass marketing*. Pendekatan *push marketing* yaitu adanya stimulus atau rangsangan yang diberikan oleh pasangan calon kepada pemilih sehingga mendorong mereka pergi ke Tempat Pemungutan Suara (TPS) dan mencoblos. Kemudian, *pull marketing* yaitu pembentukan *image* pasangan calon sehingga memiliki dampak terhadap pemilih yang diharapkan mampu membangkitkan sentimen pemilih. Dan yang ketiga yaitu *pass marketing* yaitu strategi yang menggunakan individu atau kelompok untuk mempengaruhi opini pemilih. Pendekatan kedua, yaitu yang menggunakan teori gabungan *marketing* atau *marketing-mix* (Niffenegger, 1989) yang dikenal dengan istilah 4P yaitu *product*, *promotion*, *price* dan *place*. Yang pertama adalah *product*, salah satunya adalah calon kandidat yang memiliki ciri pribadi dan *track record* yang baik. Kedua yaitu *promotion*, bagaimana seorang calon melakukan promosi atau iklan mengenai visi, misi, dan program selama kampanye. Ketiga yaitu *price* atau harga, yang dimaksud harga di sini adalah seberapa besar biaya yang dikeluarkan selama masa kampanye. Kemudian yang keempat yaitu *place* atau tempat, tim kampanye dari

calon kandidat harus dapat melakukan pemetaan terhadap struktur maupun karakteristik dari suatu masyarakat (Sutrisno, 2018).

Dalam konteks penelitian ini, menggunakan pendekatan *marketing* politik yang kedua yaitu yang menggunakan teori gabungan *marketing* atau *marketing-mix* (Niffenegger, 1989) yang dikenal dengan istilah 4P yaitu *product*, *promotion*, *price* dan *place* yang berguna untuk menganalisis data penelitian.

1.6.3 Branding dan Positioning

Strategi *branding* atau *brand strategy* jika menurut Schultz dan Barnes (1999) dapat diartikan sebagai manajemen suatu merek dimana terdapat sebagai kegiatan yang mengatur semua elemen-elemen yang bertujuan untuk membentuk suatu *brand*. *Personal branding* dapat diklasifikasikan menjadi tiga indikator yaitu kelompok-kelompok sosial, kredibilitas kandidat, dan kepribadian kandidat. Dari indikator-indikator tersebut akan diuraikan kembali ke dalam beberapa sub indikator. Unit analisis untuk kelompok-kelompok sosial diukur melalui latar belakang pekerjaannya, yaitu kelompok tani, kelompok nelayan, kelompok PNS, dan kelompok agama. Sub indikator untuk kredibilitas kandidat adalah keahlian/otoritas, karakter/watak, dinamisme dan *intention*, yang dilihat dari cerdas, wibawa, andal, obyektif, motivasi, mampu membujuk, semangat, berani, dan tegas. Sedangkan unit analisis untuk kepribadian kandidat adalah sikap sopan, sikap ramah, sikap menarik, sikap menyenangkan, sikap menarik (dalam hal berpakaian dan paras kandidat), sikap bersahabat dan sikap percaya diri.

Personal branding merupakan suatu proses ketika orang menggunakan dirinya atau karirnya sebagai merek (*brand*). *Personal branding* dapat digunakan untuk mengurangi biaya kampanye yang sangat besar (*reduced campaign cost*) (Aaker, 1999).

Personal branding berguna dalam suatu pemilihan umum, karena dari *personal branding* dapat menarik minat pemilih untuk memilih seorang calon 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 calon kandidat kepala desa. Dari *personal branding* masyarakat menjadi tahu bagaimana personal dari seorang calon kandidat yang bisa dilihat dari kondisi sosialnya.

Positioning pada dasarnya adalah strategi untuk memasuki jendela otak konsumen (dalam konteks politik, konsumen adalah *voters*). *Positioning* biasanya tidak menjadi masalah dan tidak dianggap penting selama yang bertarung dalam pemilu tidak banyak dan persaingan belum menjadi sesuatu yang penting. *Positioning* baru akan menjadi penting bila mana persaingannya sudah sangat sengit (Firmanzah, 2007).

Dengan melakukan *positioning* maka seorang kandidat berusaha untuk menjaga fokus pikiran, orientasi dan kesadaran *voters* atau masyarakat untuk tetap mengingat serta mengarahkan referensi utama tentang kandidat yang akan mereka pilih. *Positioning* merupakan atribut pembeda yang membedakan satu kandidat dengan kandidat lainnya. Untuk itulah seorang calon kandidat harus memiliki

pernyataan *positioning* yang memiliki hubungan erat dengan strategi merebut konsumen/*voters* dan harus bisa mewakili citra atau *image* yang hendak dicetak dalam benak konsumen/*voters*.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu suatu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2010).

Metode pendekatan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan deskriptif, yaitu suatu metode yang digunakan sebagai pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subyek atau obyek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Martini, 1996). Dalam penelitian ini fenomena yang dikaji adalah strategi pemenangan Arif Maskur dalam Pilkades Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Tahun 2017.

Dengan demikian, tujuan penelitian metode kualitatif ini adalah untuk menganalisis kemenangan Arif Maskur dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Periode Jabatan Tahun 2018-2024 dari awal pencalonan, strategi politik melalui wawancara langsung kepada pihak terkait yaitu Arif Maskur selaku Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu

Kabupaten Tegal Periode Jabatan tahun 2018-2024, Fatah Yasin selaku Tokoh Masyarakat. Dengan demikian akan diperoleh hasil yang lebih mendalam terkait analisis kemenangan Arif Maskur dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Periode Jabatan Tahun 2018-2024.

1.7.2 Situs Penelitian

Situs penelitian merupakan suatu situs/lokasi yang berkaitan dengan tempat atau wilayah yang akan menjadi pelaksanaan penelitian. Sesuai dengan judul penelitian, maka peneliti mengambil situs/lokasi penelitian di Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal.

1.7.3 Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek utama adalah Arif Maskur selaku kepala desa terpilih pada Pemilihan Kepala Desa Kesuben Tahun 2017. Pemilihan subjek penelitian ini dilakukan dengan pertimbangannya yaitu informan atau narasumber dalam penelitian merupakan orang yang paling tahu tentang informasi dan data yang diharapkan pada penelitian ini.

Adapun informan / narasumber yang akan dijadikan subjek penelitian ini adalah:

1. Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Periode Jabatan 2018-2024 / Arif Maskur.
2. Ketua Panitia Pemilihan Suara Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal / Fatah Yasin, S.Pd.I.
3. Tim Sukses Pemenangan Arif Maskur / Khamsari, Mahmuri, Nur Khamim, Supa'at, Khomarudin, Iwan Susanto.

4. Tokoh Masyarakat dan Masyarakat Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal baik yang memilih dan yang tidak memilih Arif Maskur dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Tahun 2017.

1.7.4 Jenis Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, sehingga jenis data atau informasi yang dikumpulkan merupakan jenis data atau informasi kualitatif, baik yang berdasarkan data primer maupun data sekunder yang berupa: teks, kata-kata tertulis, frasa-frasa atau simbol-simbol yang menggambarkan atau merepresentasikan orang-orang, tindakan-tindakan dan peristiwa-peristiwa dalam kehidupan sosial yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi (Sugiyono, 2012).

1.7.5 Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan *tindakan* selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain, dimana data hasil penelitian didapatkan melalui dua sumber yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli (langsung dari informan). Sumber data dari penelitian ini melalui wawancara. Wawancara secara mendalam dilakukan kepada Arif Maskur selaku kepala desa terpilih pada Pemilihan Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Tahun 2017. Kemudian, wawancara secara mendalam juga dilakukan kepada Khamsari, Mahmuri, Nur Khamim, Supa'at, Khomarudin, Iwan Susanto selaku Tim Sukses Pemenangan Arif Maskur, serta mendapat data dokumentasi mengenai Pemilihan

Kepala Desa dari Fatah Yasin, S.Pd.I. selaku Ketua Panitia Pemilihan Suara Desa Kesuben Tahun 2017. Wawancara juga ditujukan kepada masyarakat Desa Kesuben yang telah menggunakan hak pilihnya dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Tahun 2017.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikutip dari sumber lain. Adapun yang dijadikan data sekunder dalam penelitian ini adalah arsip-arsip, buku-buku, dokumen-dokumen, jurnal, berita dan lain-lain yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian ini (Moleong, 2010).

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang di wawancarai melalui komunikasi langsung (Yusuf, 2014).

Metode wawancara/*interview* juga merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden/orang yang di wawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Dalam wawancara tersebut biasa dilakukan secara individu maupun dalam bentuk kelompok, sehingga di dapat data informatik yang orientik. Teknis pelaksanaan wawancara dapat dilakukan secara sistematis atau tidak sistematis. Yang dimaksud secara sistematis adalah

wawancara dilakukan dengan terlebih dahulu peneliti menyusun instrument pedoman wawancara. Disebut tidak sistematis, maka peneliti melakukan wawancara secara langsung tanpa terlebih dahulu menyusun instrument pedoman wawancara. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Agar wawancara efektif, maka terdapat berapa tahapan yang harus dilalui, yakni; mengenalkan diri, menjelaskan maksud kedatangan, menjelaskan materi wawancara, dan mengajukan pertanyaan (Yunus, 2010). Data yang ingin diperoleh dari wawancara adalah berupa data informatik yang orientik dari para narasumber mengenai Pemilihan Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Tahun 2017.

1.7.7 Analisis Data

Analisis data adalah suatu tahap mengorganisir data sesuai dengan pola, kategori, dan unit-unit deskriptif tertentu. Sedangkan interpretasi adalah proses memberi arti dan signifikansi terhadap analisis yang dilakukan, menjelaskan pola-pola deskriptif, mencari hubungan dan keterkaitan antar deskripsi-deskripsi data yang ada (Ellis, 1992).

Dalam analisis kualitatif, peneliti sangat dituntun oleh apa yang telah dikatakan para informan. Karena itu, peneliti tidak boleh memulai dengan ide-idenya sendiri dan mencoba mencocokkan dengan apa yang dikatakan para informan.

Adapun langkah-langkah analisis data menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data, yaitu mengumpulkan data di lokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat dan untuk menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.
2. Reduksi data, yaitu sebagai proses seleksi, pemfokusan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang ada di lapangan langsung, dan diteruskan pada waktu pengumpulan data, dengan demikian reduksi data dimulai sejak peneliti memfokuskan wilayah penelitian.
3. Penyajian data, yaitu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan penelitian dilakukan. Penyajian data diperoleh berbagai jenis, jaringan kerja, keterkaitan kegiatan atau tabel.
4. Penarikan kesimpulan, yaitu dalam pengumpulan data, peneliti harus mengerti dan tanggap terhadap sesuatu yang diteliti langsung di lapangan dengan menyusun pola-pola pengarah dan sebab akibat (Miles, 1992).