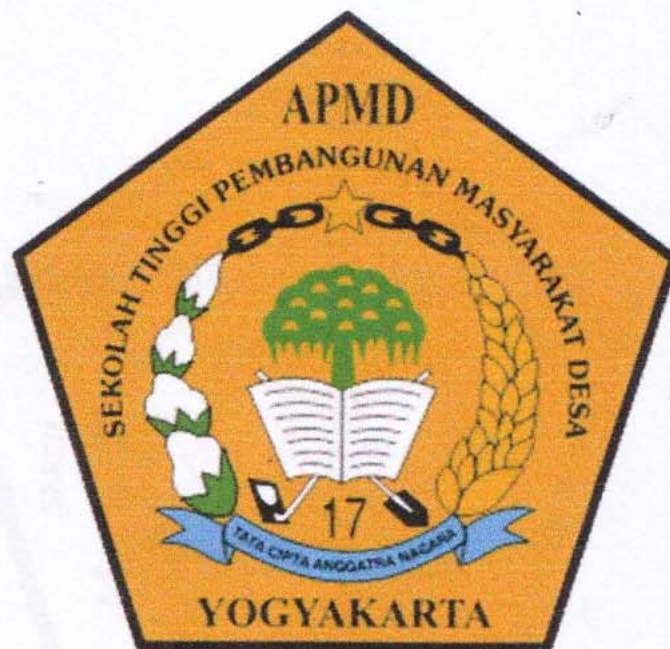


SKRIPSI

POLITYCAL MARKETING PADA PEMILIHAN KEPALA DESA GIRIKARTO

TAHUN 2015

(Studi Penelitian Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Calon Tuyadi Dalam Pemenangan di Desa Girikarto Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewah Yogyakarta)



ANTHONIUS BILL BRYAN SELITUBUN

11520052

PRODI: ILMU PEMERINTAHAN

SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"

YOGYAKARTA

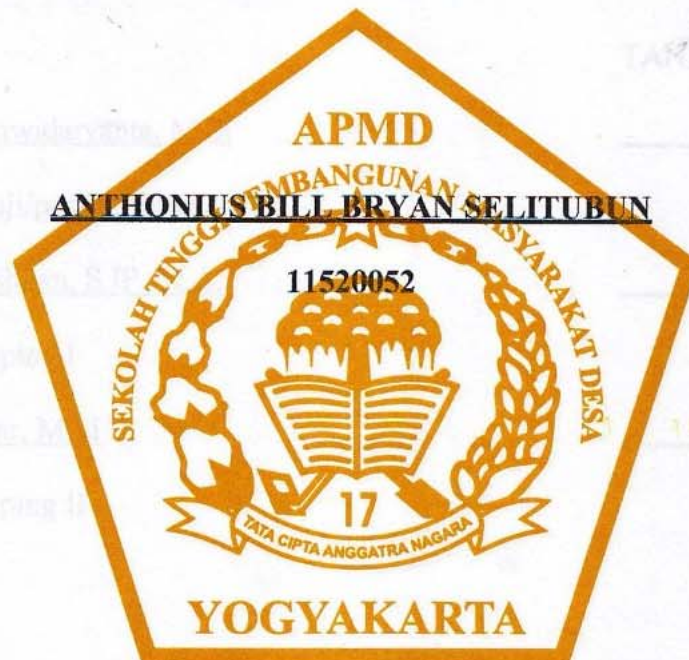
2017

POLITYCAL MARKERING PADA PEMILIHAN KEPALA DESA GIRIKARTO

TAHUN 2015

(Studi Penelitian Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Calon Tuyadi Dalam Pemenangan di Desa Girikarto, Kecamatan Panggang, Kabupaten gunung Kidul, Daerah Istimewah Yogyakarta)

Disusun Oleh



PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN

SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA STPMD "APMD"

YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan tim penguji untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana (S1) Jurusan Ilmu Pemerintahan pada Sekolah Tinggi

Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta pada :

Hari : Senin

Tanggal : 10 april 2017

Jam : 09:00 WIB

Tempat : Ruang Ujian Skripsi STPMD “APMD” Yogyakarta

TIM PENGUJI

NAMA

TANDA TANGAN

1. Drs. Jaka Triwidaryanta, M.Si

APMD

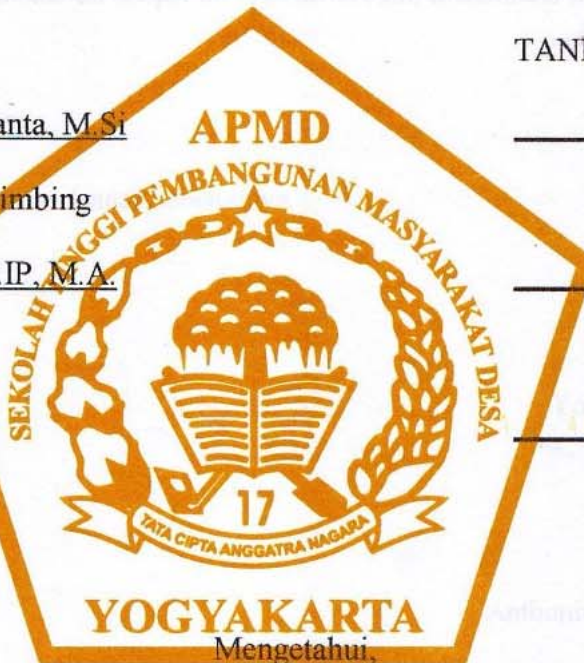
Ketua/penguji/pembimbing

2. Gregorius sahdan, S.IP, M.A.

Penguji samping I

3. Drs. Supardar, M.Si

Penguji samping II



Ketua Program Ilmu Pemerintahan

Gregorius sahdan, S.IP, M.A.

JENJANG PROGRAM STRATA-1

PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN

SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA

“APMD”YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Anthony Bill Bryan Selitubun

NIM : 11520052

Jurusan : Ilmu Pemerintahan

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Yogyakarta, 25 april 2017

Anthony Bill Bryan Selitubun

MOTTO

KARYA SEBENARNYA EKSPRESI KEKESALAN DAN KEBAHAGIAAN HATI

**TIDAK PERLU MENJADI ORANG YANG BESAR UNTUK MEMILIKI HATI YANG
BESAR**

**"Tak ada gunanya mati jika anda tidak menghantui ingatan seseorang dan jika
anda tidak meninggalkan secerah rasa" (Peter Ustivor, 1958)**

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih saya ucapkan kepada :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang selalu menolong serta leluhur
2. Bapa Hendrikus Selitubun dan Mama Susana Rahawarin yang telah mendukung saya untuk selalu semangat kuliah sampai menyelesaikan skripsi. Yah.. meskipun terlambat, tapi tetap selesai juga. Tidak lupa juga buat yang teristimewah Oma Tercinta Maria Carolina Nimbitkendik di Fak-fak :*:*
3. Buat keluarga besar dari Bapa Hendrikus Selitubun dan Mama Susana Rahawarin
4. Buat kaka Fransiskus Elsoin Selitubun, Lusia Sherly Selitubun, dan Bertha Selitubun. Terima kasih atas setiap nasehat sehingga sekarang sudah selesai. Tidak lupa juga buat adik Tersayang Maria Devi Selitubun dan Lukas Evan Rahawarin yang selalu setia menemani kaka tahan lapar.. hahahaha.. besok kaka balik klo sudah kerja kamu dua tidak akan tahan lapar lagi, justkiding :D kaka sayang kamu dua :*:*
5. Buat anak-anak Buronan FC Kaka Theos Tahitu, Paman Andy, Krisly Parera, Decky Pohwain, Richard Kadmaerubun, Calvin Bryan L. Mansawan, Herman Ferdinan, Melvin Manggombo, Eutaqius James, Yullens Chandra, Nell, Alexander Kabaressy, Marko Kontasius, John Petrus, Yessi Stevano, Ricky Patrik, Zhulkifri, Eburn Hombore, Sony Masipa, Samuel Tomatala, Yohanis Pati, Yoris L, Mas Dhyo, Joey Making, Pascal Wenge, Ongky Rettob, Dani Jamco, Mario Letsoin, dan Alm Rian (Dai). Terima kasih buat cerita indah selama di Jogja. Terima kasih atas keluarga kecil yang kita bangun selama di Jogja semoga ikatan keluarga ini akan terus terbawa

sampai kita semua rambut memutih. Tidak lupa juga buat Kaka Izhy, Ade Nitha Jamco, Rhya Jamco, Iren Jamco, Ade Nessa dan Reynando :*, Ade Dea Pattiasina, Mocca dan lain-lain yang tidak bisa di sebutkan namanya satu per satu terima kasih untuk setiap canda dan tawa yang selalu kita jalani bersama.

6. Buat Komunitas X, Dens saputra, Pak Aji Budin Lali, Silvester Moa, Paman Ozill Simson, Fritz Regas Moat, Frans Ricky, Gloria Tamtalahitu, Enny Yulianti Kak Rose (Odey). Terima kasih buat support yang kalian berikan sampai saat ini, sayang kalian semua :*
7. Buat Komunitas Legend 2011 maaf tidak bisa sebut satu per satu namanya yang jelas terima kasih atas kebersamaannya selama ini, hanya Yulianus Sembay tukang cukur rambut ko andalan sodara sayang :*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas bimbingan dan lindungannya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Perilaku Politik Dalam Pemilihan Kepala Desa” sebagai salah satu prasyarat untuk menempuh sarjana Ilmu Pemerintahan pada Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “STPMD” Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari akan segala kekurangan, baik materi dan susunan bahasa, oleh karena itu penulis sangat menghargai dan berterima kasih bila ada kritik dan saran yang bersifat membangun. Penulis sangat mengharapkan dan menerimanya dengan hati terbuka untuk semakin menyempurnakan skripsi ini.

Penulis juga menyadari tanpa bantuan pihak lain, skripsi ini tidak akan diselesaikan dengan baik. Untuk itu atas bantuan dari berbagai pihak maka penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Habib Muhsin, S.Sos selaku ketua Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “STPMD” APMD” Yogyakarta.
2. Bapak Gregorius Sahdan, S.IP, M.A selaku ketua Prodi Ilmu Pemerintahan Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “STPMD” APMD” Yogyakarta
3. Bapak Drs. Jaka Triwidaryanta, M.Si. selaku dosen pembimbing, terimakasih atas bimbingan dan kesabarannya serta memotivasi dalam pembuatan skripsi ini sehingga selesai pada waktunya.
4. Bapak /Ibu dosen yang telah memberikan materi kuliah khususnya dosen jurusan Ilmu Pemerintahan Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “STPMD”APMD” Yogyakarta.
5. Yang terhormat operatur Desa Girikarto dan masyarakat desa Girikartao yang telah memberikan ijin penelitian serta memberikan keterangan dan informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan skripsi.

6. Seluruh staf dan karyawan – karyawan Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat
Desa “STPMD”APMD” Yogyakarta.

Yogyakarta, 25 April 2017

Antonius Bill Bryan Selitubun

ABSTRAK

Sebagaimana diketahui bahwa dalam praktik *political marketing* yang paling penting dilakukan oleh spin doktor kandidat atau calon adalah mengelola kualitas kandidat yang hal ini dimulai dari membuat daftar unsur-unsur dari dimensi kualitas yang sudah dimiliki oleh kandidat atau toko/elit. Penelitian ini mencoba menggambarkan dinamika proses politik tingkat desa, yakni Pilkades Girikarto tahun 2015 dalam hal ini partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan pilkades di Desa Girikarto, Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunung Kidul. Strategi *political marketing* ini merupakan gagasan reformasi politik yang mampu melahirkan nuansa baru dalam perpolitikan baik skala lokal maupun nasional. Konsep tersebut sangat relevan apa lagi jika mayoritas pemilih di Desa tingkat pendidikannya masih rendah maka pemilih akan cenderung lebih mudah untuk menerima setiap isu yang dibangun pendukung kontestan. *Political marketing* dalam konteks pilkades sebagai cara baru untuk melakukan pemilu yang jujur dan adil dan untuk membangun politik yang baik ditengah-tengah masyarakat. Rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni Bagaimana Strategi *political Marketing* di Gunakan oleh Tuyadi untuk Meraih Kemenangan pada pilkades Girikarto tahun 2015.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Adapun unit analisis yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah Desa Girikarto dengan obyek penelitian, yakni *political marketing*. Teknik penentuan narasumber adalah teknik *purposive*. Tekhnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni observasi, wawancara. Dan tehnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan tehnik analisis triangulasi.

Adapun hasil penelitian ini adalah strategi *political marketing* yang digunakan oleh Tuyadi dalam meraih simpati masyarakat pada Pilkades Girikarto tahun 2015 dengan memainkan beberapa pendekatan strategi, seperti positioning politik dimana Tuyadi mampu menempatkan posisinya secara cerdas ketika Tuyadi mendapatkan amanah mengelola proyek kemudian beliau menunjukkan kontribusinya sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam mengelola proyek. Kejujuran dan transparansi yang ditunjukkan Tuyadi selama mengelola proyek menjadi momentum awal yang mengantarkanya menjadi sosok yang dikagumi banyak warga di Desa Girikarto tahun 2015. Saran yang menjadi rekomendasi dalam penelitian ini adalah : Hendaknya Para Elit dalam proses Pilkades semaksimal mungkin menjalankan fungsi dan peranya dalam event tersebut sebagai pasilitator bijak yang dapat memberikan pencerahan politik kepada masyarakat pada saat tahapan kampanye berlangsung. Dengan cara melaksanakan pelatihan atau praktisnya para elit politik mengagendakan diskusi-diskusi yang berkaitan dengan politik melibatkan masyarakat. Jadi melalui pelatihan politik masyarakat akan mendapatkan pembahasan materi tentang politik yang diprakarsai langsung oleh elit yang ada, pelatihan advokasi sebagai ajang untuk mempertajam pemahaman politik masyarakat.

Kata Kunci : Strategi, *Political Marketing*, Pemilihan Kepala Desa, Girikarto Tahun 2015

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	8
C. TUJUAN PENELITIAN.....	9
D. MANFAAT PENELITIAN.....	9
E. KERANGKA TEORI.....	9
F. RUANG LINGKUP PENELITIAN.....	37
G. METODE PENELITIAN.....	38
1. Jenis Penelitian.....	38
2. Unit Analisis.....	39
3. Teknik Pengumpulan Data.....	40
a. Observasi.....	41
b. Wawancara (interview).....	41
c. Dokumentasi	41
4. Teknik Analisis Data.....	43

BAB II PROFIL POLITIK DESA GIRIKARTO

A. KEADAAN GEOGRAFIS.....	44
B. KEADAAN DEMOGRAFIS.....	45
C. SARANADAN PRASARANA.....	52
D. KONDISI PEMERINTAHAN.....	56

BAB III ANALISIS TENTANG MARKETING POLITIK PADA PILKADES

GIRIKARTO TAHUN 2015

DISKRIPSI INFORMAN.....	81
A. ANALISIS.....	87

BAB IV PENUTUP

A. KESIMPULAN.....	126
B. SARAN.....	128

Daftar Pertanyaan

Daftar Pustaka

Lampiran

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan corak yang sedemikian rupa maka apabila desa mengadakan pesta demokrasi desa dalam bentuk pemilihan kepala desa partisipasi warga masyarakat desa sangat tinggi hal ini di karenakan factor kedekatan dari bakal calon kepala desa serta rasa saling memiliki antara warga masyarakat untuk menciptakan desa yang aman, tentram dan nyaman bagi setiap warga desa tersebut. Memiliki kepala desa (pilkades) merupakan salah satu bentuk kegiatan politik yang menarik bagi masyarakat desa. Meskipun Pilkades dalam proses politik belum dikategorikan sebagai rezim pemilu namun proses tersebut merupakan momentum demokratis yang kelak memberikan pencerahan politik kepada masyarakat desa, Widjaja(2004:35).

Harapan tersebut akan membuahkan hasil manakala para pihak yang terlibat dalam proses politik di pilkades seperti panitia pilkades benar-benar menjalankan fungsi dan peranya sebagai fasilitator yang baik dan transparan. Sebab berkualitas tidaknya proses pilkades sangat ditentukan sejauh mana panitia pilkades mampu menjalankan peranya secara cerdas dan independen. Jika hal ideal ini mampu diperankan dengan baik, maka bukan tidak mungkin pilkades akan di anggap sebagai arena demokrasi yang paling nyata di desa. Sebab dalam pilkades terjadi kompetisi yang bebas, partisipasi masyarakat, pemilihan secara langsung dengan prinsip *one man one vote* (satu orang satu suara). Pilkades di pahami sebagai ajang pertarungan para elit ditingkat desa.

Keberadaan calon kepala desa (cakades) masih di dominasi oleh segelintir orang yang berkuasa dari golongan elit desa. Kekuasaan sebagai modal dasar untuk meraih kemenangan. Di titik inilah, calon kepala Desa memainkan sumber kekuasaannya itu untuk memperoleh dukungan sebanyak-banyaknya. Sumber kekuatan politik dalam pilkades dapat berupa modal secara ekonomi atau pun modal social dari calon kepala Desa tersebut.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa dan peraturan pelaksanaannya menyebut Desa sebagai kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal dan hak tradisional yang diakui dandi hormati dalam system pemerintahan Negara republik Indonesia. Terkait dengan pemerintahan desanya maka penyelenggaraa urusan Pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam system Pemerintahan NKRI atau Pemerintahan Desa adalah Kepala Desa di bantu perangkat desa sebagai unsur penyelenggara pemerintah Desa, Ndraha (1981:35).

Dengan adanya paham Indonesia yang menganut paham desentralisasi kekuasaan maka secara langsung Desa memiliki otonomi tersendiri sehingga berhak mengatur dan memenuhi kebutuhannya sendiri dengan kebijakan yang telah di tetapkan oleh Kepala Desa dan BPD (Badan Perwakilan Desa). Sebagai mana di atur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang penyelenggaraan Desa dan peraturan pelaksanaannya yang menjadi pedoman umum pengaturan mengenai desa yang menekankan pada prinsip-prinsip

demokrasi, peran serta masyarakat, pemerataan dan keadilan serta memperhatikan potensi dan keanekaragaman daerah. Dalam pelaksanaannya untuk menentukan posisi sebagai Kepala Desa maka selalu dilakukan pemilihan Kepala Desa yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 tahun 2014 dalam pasal 31 ayat 1 dan 2 maka pemilihan Kepala Desa dilaksanakan secara serentak di seluruh wilayah Kabupaten/Kota. Kemudian pemerintah daerah kabupaten dan kota menetapkan kebijakan pelaksanaan pemilihan Kepala Desa secara serentak sebagai mana dimaksud pada ayat (1) dengan peraturan Daerah Kabupaten/Kota. Setelah dilakukan pemilihan kepala desa maka dibentuk juga Badan Perwakilan Desa (BPD), di mana pemerintah desa terdiri atas: sekretariat desa, pelaksana kewilayahan dan pelaksana teknis. Sedangkan Badan Perwakilan Desa (BPD) adalah wakil penduduk yang dipilih dari dan oleh penduduk desa yang mempunyai fungsi mengayomi adat-istiadat, membuat peraturan desa dan mengawasi penyelenggaraan pemerintah desa. Untuk itu BPD dan kepala desa menetapkan peraturan desa (PERDES).

Bagi setiap cakades, strategi dalam mengikuti atau memenangkan pilkades adalah sesuatu hal yang harus dimiliki dan juga merupakan bagian dari strategi politik, Nursal (2004:53). Sebuah bentuk strategi politik yang khusus adalah strategi pemilihan umum, yang diutamakan disini adalah memperoleh kekuasaan dan sebanyak mungkin pengaruh dengan cara memperoleh suara yang cukup dalam pilkades agar ia dapat memiliki pengaruh. Oleh sebab itu, persaingan untuk memperoleh suara, pemilih harus

direncanakan secara matang jika mau menjadi pemenang dalam event tersebut (pilkades) dan untuk itu dibutuhkan apa yang disebut strategi.

Strategi yang matang guna tercapainya tujuan yang diinginkan seperti halnya dalam sebuah pilkades menjadi hal yang sangat penting dalam upaya memenangkan pertarungan dalam suatu pemilihan. Strategi yang baik merupakan strategi yang tersusun atas dasar perencanaan-perencanaan yang matang dengan pelaksanaan secara efektif dan efisien. Penentuan strategi terdapat dua hal yang tidak boleh terlewatkan sebelum membangun sebuah strategi, di mana kedua hal tersebut yaitu relatifitas dan nilai pribadi yang dimiliki oleh masing-masing kandidat, kedua aspek ini merupakan tolak ukur untuk menentukan berhasil atau tidaknya strategi yang digunakan oleh masing-masing pihak dalam meraih suara pada saat pemilihan berlangsung (Hikmat. 2010).

Strategi dapat diperhitungkan tingkat penggunaannya dan kapan strategi tersebut digunakan secara tepat. Mengingat strategi dapat berubah dalam waktu yang singkat sehingga perlu dipersiapkan alternatif strategi yang antara lain *political marketing* untuk menggantikan strategi sebelumnya sesuai dengan kebutuhan. Pada dasarnya sebuah strategi yang baik sekalipun tetap harus hati-hati dan perlu perhitungan yang matang dalam pelaksanaannya. Demikian pula halnya sebuah strategi yang dijalankan oleh para calon kandidat dan tim-tim pemenangan dalam pilkades langsung, dengan kondisi masyarakat yang heterogen menurut tim-tim pemenangan untuk dapat memahami kondisi agar strategi dapat digunakan pada *timing* yang tepat. Karena masyarakat merupakan subyek pemilih dan obyek bagi tim-tim pemenangan (Nimo.1990:67).

Pelaksanaan strategi pilkades dapat dilaksanakan pada aktivitas menjelang pemilihan dan pada saat pemilihan, bahkan ada sebuah strategi yang telah dipersiapkan oleh tim-tim pemenang bersama pasangan calon, jauh sebelum pelaksanaan pilkades namun pada umumnya strategi di bangun menjelang pemilihan, seperti pada saat pendaftaran calon, kampanye, pemungutan dan perhitungan suara dan sebagainya.

Pertarungan politik dalam event pilkades merupakan sebuah permainan yang terlihat sederhana, namun dibalik permainan politik, pilkades terlihat sebuah pertarungan yang sangat sengit sekaligus menarik, apabila dibandingkan dengan proses politik ditingkat pusat. Girikarto, sebagai sebuah Desa seperti halnya desa-desa lain yang berada di Indonesia juga menjalankan hajatan politik seperti pilkades. Meskipun pelaksanaannya masih sangat sederhana seperti penerapan strategi kekeluargaan, semangat komunalitas, tim yang terlibat belum profesional yang hal tersebut untuk konteks politik kekinian sudah tidak pas lagi untuk digunakan. Proses politik kekinian mulai tingkat Nasional sampai lokal telah menerapkan strategi yang sangat maju dan tim yang profesional. Seperti penerapan strategi *politycal marketing*, tim pemenang yang dilibatkan sudah profesional dibidangnya, dan penggunaan media yang profesional.

Oleh karenanya strategi sangat perlu mengingat pada substansinya politik merupakan salah satu bentuk dari seni permainan, untuk menarik bagi para pemilih, supaya para pemilih mau memilih sang calon kepala desa dalam politik ala pedesaan. Hal penting yang diperhatikan adalah bagaimana pelaksanaan pilkades termasuk Pilkades Desa Girikarto untuk diperhatikan

kondusifitasnya. Upaya atau bentuk ihtiar yang paling mendesak untuk dipikirkan, yakni bagaimana event politik pedesaan tersebut tidak menimbulkan gesekan antara masyarakat pemilih di desa. Secara teoritis proses politik di level pedesaan sampai pada level pusat hakikatnya sama. Sehingga dinamika yang terjadi pun kurang lebih sama, dimana praktik atau aduh strategi dengan berbagai cara tidak bisa dihindari. Implementasi strategi dijalankan dengan metode yang beragam baik terselubung maupun secara transparan dalam memainkan sebuah permainan politik. Bentuk strategi yang masuk kategori terselubung ini seperti praktik *money politic* (politik uang). Politik uang dalam proses politik ini hanya akan mencemari kualitas demokrasi yang sedang berjalan. Sudah bukan rahasia umum lagi bahwa model strategi politik uang ini dijadikan senjata ampuh sebagai pilihan bagi elit maupun partai untuk mendulang suara dalam event politik. Hal ini dilakukan dalam berbagai aksi, dan terjadi baik ditingkat pedesaan sampai ditingkat pusat/perkotaan, mengigat uang sebagai mesin politik dalam bertindak untuk melakukan berbagai strategi saat berpolitik. Maka dibutuhkan konsistensi semua pihak terutama aktor kunci dalam pilkades seperti panitia pilkades untuk ekstra mengawal jalannya pilkades sejak tahap awal sampai pada tahap penghitungan suara. Dalam kaitannya dengan isu yang terjadi di level desa, masyarakat Girikarto dibentuk berdasarkan dinamika lokal yang terjadi di desa. Berhembusn-nya isu-isu konservatif ini secara psikologis mengganggu konsentrasi dan motif pemilih dalam memilih pemimpinnya. Diperparah lagi dengan kurangnya pengetahuan yang kritis dari masyarakat

Girikarto itu sendiri, sehingga menambah beban politik pemilih dalam menentukan pilihannya.

Pilkades yang terjadi di desa Girikarto adalah pemilihan kepala desa yang berdasarkan isu-isu sentral seperti kekuatan keluarga, pamor yang menonjol dari kepala desa, ataupun pemahaman balas budi yang harus dilakukan masyarakat desa. Disini calon kepala desa memainkan sumber kekuasaannya untuk memperoleh dukungan sebanyak-banyaknya. Penyelenggaraan demokrasi di desa sudah tidak lagi murni karena sudah diintervensi oleh berbagai kekuatan dan kepentingan yang ada di dalamnya.

Maka dari itu seperti halnya yang terjadi dalam pemilihan kepala desa, di desa Girikarto Kecamatan Panggang Kabupaten Gunung Kidul calon yang terpilih, jika di lihat dari latar belakang calon yang terpilih riwayat jabatannya pernah menjadi RW(Rukun warga), mampu mengalahkan 3 calon kepala desa lainnya yang berlatar belakang riwayat jabatannya Kabag Pembangunan, Pengusaha, PNS(Pegawai Negeri Sipil) di Puskesmas Kecamatan panggang. Kondisi ini menunjukkan bahwa betapa Kepala Desa terpilih (Tuyadi) dalam event politik dipilkades di Desa Girikarto mempunyai kemampuan dalam memilih para aktor yang sangat piawai dalam memainkan peran. Secara praktis kepala desa terpilih telah memainkan strategi *political marketing* dengan melibatkan berbagai aktor sebagai penggerak dalam merebut simpati pemilih. Hasilnya, pelan tetapi pasti kemudian Kepala desa terpilih (Tuyadi) bersama timnya memenangkan pertarungan (pilkades) Girikarto.

Fenomena kemenangan Tuyadi dalam pilkades Girikarto tahun 2015 ini bisa dimaknai sebagai kejutuan dari sebuah strategi yang digunakan, bukan

karena faktor kedekatan atau praktik yang manipulatif. Dimana proses politik dalam pilkades Girikarto untuk konteks kekinian bisa disebut sebagai proses politik yang maju sebab proses tersebut telah menggunakan strategi yang sangat maju seperti penggunaan *political marketing* dan penggunaan tim atau aktor yang profesional.

Pilihan strategi yang ditempuh Tuyadi bisa menjadi pembelajaran berarti bagi masyarakat Desa Girikarto terutama para Cakades untuk dapat memahami dinamika dalam proses politik, artinya bagi para calon dalam pemilihan Kepala Desa Girikarto tidak cukup hanya memiliki uang dan keluarga yang banyak serta mempunyai rekan yang banyak, melainkan dibutuhkan kemampuan mendesain strategi dan penempatan tim yang tangguh sebagai penggerak. Hal inilah mestinya yang perlu dimiliki dan diupayakan, apabila mau menjadi pemenang dalam proses politik.

Mengaca pada fenomena penting di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pilitical Marketing Pada Pemilihan Kepala Desa Girikarto Tahun 2015”***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dalam latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang tepat sebagai berikut:

Bagaimana strategi political marketing digunakan oleh Tuyadi untuk meraih kemenangan pada Pilkades di Desa Girikarto?

DAFTAR PUSTAKA

- Adman Nursal. 2004. *Political Marketing : Strategi Memenangkan Pemilu*, PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Alwi Shihab. 1999. *Islam Inklusif*, Bandung: Mizan.
- Cornelis Lay. 2000. *Pemberdayaan Lembaga-lembaga Legislatif Daerah Dalam Rangka Otonomi Daerah*, Insist Press : Yogyakarta.
- Deddy Mulyana. 2013. *Komunikasi Politik, Politik Komunikasi : Membeda Visi dan Gaya Komunikasi Praktisi Politik*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Dadang Juliantara. 2000. *Arus Bawah Demokrasi : Otonomi dan Pemebrdayaan Desa*, LAPERA PUSTAKA UTAMA, Yogyakarta.
- Firmanzah. 2012. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia : Jakarta.
- Hafied Cangara. 2009. *Komunikasi Politik : Konsep, Teori, dan Strategi*, Rajawali Perss : Jakarta.
- Indra J. Piliang. 2005. *Pilkada Langsung Untuk Siapa*, Kompas : Edi Maret 2005.
- Ibnu Hamad. 2004. *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analisis Terhadap Berita Politik*, Granit : Jakarta.
- Joko J. Prihatmoko. 2008. *Mendemokratiskan Pemilu Dari Sistem Sampai Elemen Tekhnis*, Pustaka Pelajar : Yogyakarta.
- Koirudin. 2005. *Sketsa Kebijakan Desentralisasi Di Indonesia : format masa depan otonomimenuju kemandirian daerah*, Verroes Press : Malang.
- Lexy J. Moeleong. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Lisa Harison. 2007. *Metodologi Penelitian Politik*, Kencana Prenada Media Group : Jakarta.
- Mengkopolhukam. 2006. *Pilkada Dalam Sistem Sistem Demokrasi Indonesia, Program Pemantapan Keamanan Dalam Negri* : Jakarta.
- Mahi M. Hikmat. 2010. *Komunikasi Politik : teori dan praktik*, Simbiosis Rekatama Media : Bandung.
- Nimmo. 1989. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*, PT. Remaja Rosdakarya : Bandung.

- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, CV. Alfabeta : Bandung.
- Soerjono Soekanto. 2009. *Pengantar Penelitian Hukum*, UI-Press : Jakarta.
- Solatun Dulah Sayuti. 2014. *Komunikasi Pemasaran Politik*, PT. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Talidzhudin Ndraha. 1981. *Dimensi-Dimensi Pemerintahan Desa*, PT. Bina Aksara : Jakarta.
- Pawitra. 1993. *Pemasara: Dimensi Falsafah, Disiplin, dan Keahlian*, STMPM : Jakarta.
- Widjaja. 2014. *Otonomi Desa Merupakan Otonomi Asli, Bulat, Dan Utuh*, Rajawali Press : Jakarta.
- Yando Zakaria. 2004. *Merebut Negara, Laper dan Karsa* : Yogyakarta.
- Veeger K.J. 2013. *Pengantar Metodologi Penelitian*, PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Zaid Mushafi, dkk. 2010. *Reformasi “Gagal” : Catatan Perjalanan Reformasi “Gagal”*, Hmi Komisariat Hukum UII : Yogyakarta.

Undang-Undang :

Undang-Undang Nomor 6 tahun 2014 dalam pasal 31 ayat 1 dan 2 maka pemilihan Kepala Desa.

Peraturan Pemerintah No. 6 tentang pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota masing-masing sebagai kepala pemerintahan daerah provinsi, kabupaten, dan kota dipilih secara langsung.

Internet :

Ali Hasanudin. <http://hasanuddinali.com/2003/11/30/5-langkah-pemasara-politik-research-based>, diakses pada 03-06-2016.