

**MENIMBANG STRATEGI PEMILIHAN KEPALA DESA:
STRATEGI SOSIALISASI POLITIK KEPALA DESA TERPILIH
DESA BOJONG KULON KABUPATEN CIREBON**

Rochmat Hidayat

Dosen Tetap Program Studi S1 Ilmu Pemerintahan

Universitas Muhammadiyah Cirebon, Jl.Tuparev No.70 Cirebon, Telp/Fax: 0231-209806

Email: kuwurochmat01@gmail.com

Abstrak

Desa di bawah regulasi formal Negara mengikuti aturan main Negara, tetapi di sisi lainnya Desa memiliki kearifan lokal desa. Salah satu bentuk perkawinan dua wajah ini di desa dapat diamati saat suksesi Pemilihan Kepala Desa. Pengamatan ini menarik, karena suksesi pemilihan Kepala Desa ini diatur regulasi Negara, tetapi praktik sosialnya hadir dalam institusi sosial desa. Praktik pemilihan kepala desa di Desa Bojong Kulon Kecamatan Susukan Kabupaten Cirebon ini diamati dengan melihat pola sosialisasi politik para aktor yang berkontestasi di arena pemilihan Kepala Desa. Hasil amatan menunjukkan bahwa aktor Kepala Desa terpilih menggunakan strategi politik *ofensif* (menyerang), dan strategi *defensive* (bertahan) yang efektif sehingga mampu mencapai tujuan kemenangan. Strategi menyerang mengupayakan kemampuan sosialisasi politik aktor untuk mempengaruhi persepsi pemilih dan memobilisasi dukungan langsung kepada calon, sedangkan strategi bertahan mengupayakan agar basis pemilih loyal dan potensial aktor calon Kepala Desa dapat dipertahankan.

Kata Kunci : Sosialisasi politik, ofensif, defensive

Pendahuluan

Desa adalah entitas yang khas, setidaknya desa hari ini sebagai institusi memiliki dua wajah, baik wajah sebagai institusi pemerintahan formal dan wajah sebagai institusi sosial masyarakat. Sebagai entitas dengan dua wajah ini, Desa di bawah regulasi formal Negara mengikuti aturan main Negara, tetapi di sisi lainnya Desa memiliki kearifan lokal desa. Salah satu bentuk perkawinan dua wajah ini di desa dapat diamati saat suksesi Pemilihan Kepala Desa. Pengamatan ini menarik, karena suksesi pemilihan Kepala Desa ini diatur regulasi negara tetapi praktik sosialnya hadir dalam institusi sosial desa.

Salah satu desa yang menarik ditelisik dalam helatan suksesi pemimpin desa adalah Desa Bojong Kulon Kecamatan Susukan Kabupaten Cirebon. Pengamatan penulis melihat bagaimana pola aktor Desa dalam helatan pemilihan Kepala Desa memainkan strategi sosialisasi politik untuk memenangkan kontestasi pemilihan kepala desa. Pola sosialisasi politik yang dilakukan coba didekati dengan strategi *ofensif* (menyerang). Mendekati praktik sosial pemilihan Kepala Desa di Desa Bojong Kulon

diamati dengan strategi bertahan dan menyerang seperti yang di sinyalir oleh Peter (dalam Pito, 2006: 198).

Dalam Strategi *ofensif* dibayangkan upaya para aktor calon Kepala Desa untuk memperluas pasar dan strategi untuk menembus pasar suara desa. Sedangkan strategi *defensif* menyangkut strategi untuk mempertahankan pasar suara pemilih yang telah loyal menjadi pendukung calon Kepala Desa. Strategi bertahan juga dilakukan calon untuk menutup ruang gerak infiltrasi lawan agar tidak mempengaruhi suara calon pemilihnya.

Pengamatan interaksi para aktor yang terlibat dalam kontestasi pemilihan Kepala Desa Bojong Kulon ini dilacak melalui strategi politik bertahan dan menyerang. Amatan yang dilihat diharapkan memberikan gambaran situasional bagaimana seharusnya efektivitas strategi politik diberdayakan dalam lingkup arena politik desa.

Penghampiran Masalah

Kajian ini hendak menghampiri praktik sosial Pemilihan Kepala Desa Bojong Kulon dengan pendekatan strategi politik

ofensif (menyerang) dan *defensive* (bertahan) untuk menggaet pemilih desa dalam helatan pemilihan Kepala Desa

Literatur Review

Menurut Peter (dalam Pito, 2006: 198) Pada dasarnya strategi politik dibagi menjadi dua yaitu strategi *ofensif* (menyerang), dan strategi *defensive* (bertahan) dalam Strategi *ofensif* dibagi menjadi strategi untuk memperluas pasar dan strategi untuk menembus pasar, sedangkan strategi *defensif* menyangkut strategi untuk mempertahankan pasar dan strategi untuk menutup atau menyerahkan pasar. Pasar dalam konteks pe

Strategi *ofensif* selalu dibutuhkan, misalnya saja apabila partai ingin meningkatkan jumlah pemilihnya atau apabila pihak eksekutif ingin mengimplementasikan sebuah proyek. Pada dasarnya strategi *ofensif* diterapkan pada saat kampanye pemilu harus menampilkan perbedaan yang jelas antara partai atau kandidat yang satu dengan partai atau kandidat pesaing-pesaing yang menjadi target untuk diambil pemilihnya. Dalam strategi *ofensif* yang harus ditampilkan adalah perbedaan keadaan saat berlaku dan keuntungan-keuntungan yang dapat diperoleh. Strategi *ofensif* terdiri dari dua, yaitu strategi perluasan pasar dan strategi menembus pasar. Pasar yang dimaksud adalah pasar suara pemilih desa dalam kontestasi pemilihan Kepala Desa.

Strategi perluasan pasar suara dapat dilakukan dengan dengan dua cara, yaitu didalam kampanye dan didalam implementasi, didalam kampanye pemilu Kepala Desa strategi perluasan pasar yang *ofensif* bertujuan untuk membentuk kelompok yang baru disamping kelompok pemilih yang ada. Oleh karena itu harus ada penawaran yang baru atau penawaran yang baik bagi bagi para pemilih di desa. Pembahasan yang dimaksud adalah strategi persaingan yang faktual atau nyata dimana para para calon bersaing untuk merebut hati kelompok pemilih dalam sebuah kompetisi. Strategi semacam ini perlu dipersiapkan melalui sebuah kampanye untuk menjelaskan kepada publik tentang penawaran yang lebih baik bila dibandingkan dengan rivalnya.

Dalam implementasi politik maksudnya

adalah produk baru, janji kampanye dan kesan psikologis yang ditawarkan atau lebih tepatnya keuntungan yang dihasilkan agar warga masyarakat atau publik mengerti kebaikan dan keuntungan yang ditawarkan dari strategi politik calon. Strategi itu hadir dalam program-program baru yang dibawa oleh para kandidat yang ikut dalam pemilihan Kepala Desa perlu disosialisasikan kepada masyarakat melalui media, bisa berupa spanduk, beneratau alat yang lain dengan tujuan agar masyarakat mengerti program-program yang ditawarkan.

Menurut Peter Schroder (dalam Pito, 2006:202) strategi menembus pasar bukan menyangkut ditariknya pemilih lawan atau warga yang selama ini tidak aktif memberikan penawaran yang lebih baik atau baru. Melainkan penggalan potensi yang dimiliki warga kurang maksimal. Artinya bahwa program-program yang ditawarkan oleh para kandidat yang maju lebih memprioritaskan program-program yang bertujuan untuk menggali potensi warganya. Strategi *defensif* munculkan permukaan, misalnya apabila partai pemerintah atau koalisi pemerintah yang terdiri atas beberapa partai atau individu ingin mempertahankan pasar dalam hal ini adalah masyarakat atau publik. Penutupan terhadap pasar ini diharapkan membawa keuntungan. Strategi *defensif* ada dua yaitu strategi mempertahankan pasar dan strategi menyerahkan pasar suara. Strategi mempertahankan pasar artinya bahwa partai atau individu akan memelihara pemilih tetap mereka dan memperkuat pemahaman para pemilih musiman atau baru, artinya bahwa kandidat calon Kepala Desa akan memelihara atau mempertahankan pemilih dan masyarakat yang loyal kepadanya, serta akan memberi arahan atau masukan yang diarahkan kepada pemilih musiman atau pemula agar memilih partainya atau kandidatnya. Dengan tujuan agar memenangkan dalam pertarungan politik. Strategi menyerahkan pasar terdapat dua arti yang dimaksud dengan strategi menyerahkan pasar seperti yang dikemukakan oleh Peter Schroder (dalam Pito 2006:203-204), yaitu:

- a. Sebuah partai ingin menyerah dan ingin melebur dengan partai lain atau dengan kata lain koalisi maka partai yang menyerah akan menyerahkan pendukungnya agar mendukung partai koalisi.
- b. Dalam pemilihan yang menggunakan calon atau kandidat biasanya calon atau kandidat yang berada dibawah kandidat utama akan mengarahkan pendukungnya untuk mendukung calon utamanya.

Firmansyah (2007:124) mengatakan bahwa "Strategi politik juga berkaitan dengan strategi penguatan, karena strategi penguatan sangat dibutuhkan dalam hubungan antara partai politik dengan konstituen mereka". Hal ini dilakukan agar ikatan baik diantara mereka yang bersifat rasional maupun emosional tetap terjaga. Strategi penguatan ini dilakukan juga agar ikatan diantara mereka tidak melemah dan untuk menghindari masuknya pengaruh pesaing yang bisa menarik perhatian konstituen mereka. Dalam hal ini adalah penguatan yang dilakukan oleh calon Kuwu kepada warga masyarakat yang menjadi simpatisannya, agar orang-orang ini tidak mudah untuk dipengaruhi untuk berbelok atau mendukung calon yang lain.

Strategi juga menanamkan keyakinan lebih sesuai untuk diterapkan pada jenis pemilih yang non-partisipan. Kepada jenis pemilih ini perlu diyakinkan bahwa secara program kerja ataupun ideologis, kontestan bersangkutan lebih baik dengan kontestan pesaingnya. Strategi komunikasi dan penyediaan informasi juga perlu dilakukan untuk menyakinkan para pemilih yang mengambang. Kontestan harus menarik mereka dari kebimbangan. Aspek berfikir logis perlu dikomunikasikan kepada pemilih yang masih mengambang dan berorientasi pada penyelesaian masalah. Sementara itu bagi jenis pemilih yang masih mengambang, komunikasi program perlu ditekankan, karena jenis pemilih ini tidak begitu memperhatikan aspek rasional dan logis suatu partai politik, dalam hal ini adalah calon Kuwu yang akan dipilihnya nanti. Yang perlu dilakukan adalah membuat jenis pemilih ini merasa yakin bahwa program atau calon Kuwu sama

bahkan sesuai dengan mereka. Atau juga sebaliknya, bagaimana menarik atau mengeser persepsi pemilih yang masih mengambang agar sesuai dengan tawaran program kerjalon tertentu. Untuk cara ini memang membutuhkan waktu yang cukup lama, dan cara ini bisa dilakukan oleh tim sukses dari kandidat yang menjadi calon Kuwu, dan biasanya hal ini dilakukan dengan cara-cara tertentu.

Menurut Firmanzah (2007:122) strategi pengenalan dan merebut massa dapat dilakukan suatu partai atau bakal kandidat calon Kuwu terhadap jenis pemilih yang merupakan pendukung bakal calon kandidat yang lainnya yang menjadi rival dirinya. Pengenalan perlu dilakukan agar pendukung calon Kuwu tidak berfikir atau memandang negatif. Tujuan utama dari strategi pengenalan adalah untuk menarik hati dari massa yang mengambang agar memberikan suaranya kepada kandidat Kuwu sesuai dengan apa yang diharapkan oleh tim sukses dari calon Kuwu. Tujuan lain dari penggunaan strategi politik ini yaitu ingin menanamkan *image* positif dari calon kandidat Kuwu kepada masyarakat. Terutama masyarakat yang masih mengambang untuk mengetahui visi dan misi yang dibawa oleh calon Kuwu.

Menimbang Strategi Pemenangan Pemilihan Kepala Desa

1. Ofensif (Menyerang)

Strategi *ofensif* terdiri dari dua, yaitu strategi perluasan masa dan strategi menembus masa. Strategi perluasan masa yang dilakukan Abdullah adalah dengan menggunakan cara mendatangi langsung warga, tujuannya adalah untuk mendapatkan simpati dari semua warga Desa Bojong Kulon Kecamatan Susukan. Pengalaman Abdullah yang pernah menjabat sebagai perangkat desa menjadi modal Abdullah dalam memahami karakter dan keinginan dari setiap warganya, bahkan Abdullah tidak mengalami kesulitan untuk masuk ke setiap kelompok masyarakat. Strategi yang digunakan lainnya adalah dengan cara mendatangi masyarakat yang sedang berkumpul di warung atau di tempat-tempat yang Abdullah lewati, tujuannya adalah untuk merespon dan mengetahui

aspirasi dari masyarakat untuk dijadikan agenda kerja Abdullah menjadi Kuwu terpilih, selain itu juga Abdullah memberikan pendidikan politik yang santun pada masyarakatnya.

Mengenai memperluas masa dan menembus masa saya melakukan wawancara dengan Abdullah selaku Kuwu terpilih Desa Bojong Kulon. Saya menanyakan tentang bagaimana pendekatan terhadap kalangan masyarakat. Menanggapi pertanyaan yang saya ajukan, menurut penjelasan Abdullah mengenai pendekatan terhadap kalangan masyarakat adalah :

“Strategi politik dalam pendekatan terhadap kalangan masyarakat yaitu saya turun langsung dan silaturahmi sendiri dengan mendatangi langsung ke rumah warga dan saya tidak pernah mengikut sertakan tim sukses dalam kegiatan silaturahmi tersebut, dengan cara seperti itu saya bisa tahu respon dari masyarakat apakah suka dengan saya atau tidak.” (Wawancara 09 Juni 2016)

Dapat disimpulkan bahwa strategi *ofensif* yang dilakukan Abdullah adalah dengan mendatangi langsung masyarakat yang bertujuan membentuk kelompok baru dan memberikan penawaran baru kepada masyarakatnya.

Senada dengan Abdullah, Wawan selaku tim sukses Abdullah, mengatakan bahwa:

“Pak Abdullah dalam melakukan pendekatan ke warga dengan turun langsung mendatangi rumah warga mas, terus Pak Abdullah tuh tidak pernah melibatkan kita untuk mendampingi, kita hanya bantu-bantu di rumahnya, kita hanya disuruh menjaga suara dari masing-masing keluarga kita mas.” (Wawancara 09 Juni 2016)

Pernyataan Wawan dapat disimpulkan bahwa tim sukses dibentuk bukan untuk mencari masa atau membentuk kelompok baru tetapi untuk menjaga kelompok yang ada atau masa yang sudah terbentuk diantaranya adalah keluarga dari masing-masing tim suksesnya. Senada dengan Wawan, Sumi

selaku warga Desa Bojong Kulon, mengatakan bahwa:

“Pokoknya Pak Abdullah tuh beda dengan calon lain mas, Pak Abdullah sering mampir ke rumah-rumah warganya sendirian, kadang siang, sore, malam dan malah hujan-hujan juga sering mas, umah isun sering kedatangan Pak Abdullah. “ (Wawancara 09 Juni 2016)

Pernyataan Abdullah dan Wawan dibenarkan oleh Sumi salah satu masyarakat Desa Bojong Kulon bahwa pendekatan yang dilakukan oleh Abdullah berbeda dengan lawan politiknya, Abdullah memilih kerja keras mencari dukungan dari masyarakatnya sendirian tanpa melihat waktu kunjungannya. Pernyataan Sumi membuat saya tertarik untuk menanyakan lebih lanjut tentang apa yang dilakukan Abdullah setiap bertamu ke rumah warga. Apakah ada janji politik yang disampaikan kepada masyarakat. Menanggapi pertanyaan yang saya ajukan, Sumi menjelaskan bahwa :

“Ngobrol biasa mas, sebab dulu Pak Abdullah sering ngebantu keluarga saya jadi wis dianggep kaya sedulur, kalau janji sih ga ada mas sebab saya tahu sendiri Pak Abdullah beli lok janji-janji mas. “ (Wawancara 09 Juni 2016)

Dapat disimpulkan bahwa bagi Abdullah janji politik bukan segalanya dalam sebuah kompetisi politik tetapi jejak rekam atau bukti nyata yang masyarakat inginkan. Senada juga dengan Sumi, Toto selaku masyarakat Desa Bojong Kulon, mengatakan bahwa :

“Yang saya tahu sih mas Pak Abdullah tuh sering datang ke rumah warga terus sering nimbrung di warung sebari ngobrol, ngopi mas, orangnya suka becanda tapi tegas. “ (Wawancara 09 Juni 2016)

Dapat disimpulkan bahwa sosok Abdullah yang merakyat menjadi modal untuk pencalonan dirinya, selain itu agenda Abdullah dalam silaturahmi pun tanpa memilah-milah tempatnya dan orangnya, apa yang dilakukan Abdullah mengalir dengan

apa adanya. Dilihat dari hasil wawancara dengan Abdullah, tim sukses dan masyarakat dapat ditarik kesimpulan bahwa, strategi Abdullah dalam mencari dukungan dengan cara silaturahmi langsung ke rumah masyarakat atau ke tempat yang biasanya berkumpul masyarakat. Selain itu, Abdullah tidak pernah melibatkan tim suksesnya dalam kegiatan silaturahmi itu dalam memenangkan pemilihan kuwu di Desa Bojong Kulon, alasan dari Abdullah tidak melibatkan tim suksesnya karena Abdullah beranggapan bahwa tidak semua masyarakat yang Abdullah datangi menyukai tim suksesnya. Sisi lainnya adalah bahwa Abdullah juga ingin mengetahui respon dari masyarakatnya tentang pencalonan Abdullah sebagai Kuwu.

Pertanyaan berikutnya yang saya ajukan kepada Abdullah adalah apakah program kerja yang disusun sudah sesuai dengan keinginan masyarakat Bojong Kulon. Menanggapi pertanyaan yang saya ajukan, menurut penjelasan Abdullah bahwa :

“Secara konsep saya tidak punya program kerja yang tertulis, saat pemilihan juga saya tidak menjanjikan apa-apa kepada masyarakat, intinya saya ingin mengajak semua masyarakat bojong kulon membangun dan kerjasama menjadi lebih baik lagi, saya sangat terbuka kepada masyarakat.” (Wawancara 17 Juli 2016)

Pernyataan Abdullah dapat disimpulkan bahwa program kerja hanya sebagai wacana, tetapi masyarakat membutuhkan bukti nyata dalam menjalankan tugasnya sebagai pemimpin, tentunya dengan dukungan dan kerjasama antara Pemerintah Desa dan masyarakat. Senada dengan Abdullah, Pudir selaku Perangkat Desa Bojong Kulon, mengatakan bahwa :

“Pak Kuwu sangat dekat dengan kami dan masyarakat, meskipun pak kuwu tidak punya program kerja yang tertulis tapi selama ini setiap kegiatan kemasyarakatan yang dilakukan pak kuwu selalu melibatkan masyarakat.” (Wawancara 17 Juli 2016)

Dapat disimpulkan pernyataan Abdullah dinenarkan oleh Pudir salah seorang Perangkat Desa Bojong Kulon bahwa Abdullah tidak memiliki program kerja, program kerja Abdullah yaitu aspirasi dari masyarakat yang akan dijalankannya sebagai kuwu. Senada dengan Pudir, Rinto selaku masyarakat Desa Bojong Kulon, mengatakan bahwa:

“Pak Kuwu sering mengundang masyarakat ke kantor desa, tajug, di rumah RT untuk rapat, biasanya pak kuwu suka meminta pendapat kalau ada kegiatan.” (Wawancara 17 Juli 2016)

Dapat disimpulkan bahwa menurut Rinto dengan adanya rapat atau musyawarah jajak pendapat dari masyarakat adalah agenda Abdullah yang harus dijalankan karena itu bagian dari demokrasi masyarakat Desa Bojong Kulon. Menanggapi pernyataan dari Abdullah selaku Kuwu terpilih, saya mengajukan pertanyaan tentang apa yang disampaikan pada saat pemaparan program kerja calon kuwu. Menanggapi pertanyaan yang saya ajukan, menurut penjelasan Abdullah adalah sebagai berikut :

“Saya tidak membacakan program kerja apapun, saya hanya menyampaikan saya ingin mengabdikan kepada masyarakat Bojong Kulon, bukan janji tapi bukti nyata, dukung saya dan bantu membangun Desa Bojong Kulon ke arah yang lebih baik, program kerja saya adalah aspirasi dari masyarakat Bojong Kulon.” (Wawancara 28 Juli 2016)

Pernyataan Abdullah dapat disimpulkan bahwa program kerja merupakan bagian dari janji politik, Abdullah lebih memprioritaskan bukti kerja nyata dan dukungan dari aspirasi masyarakatnya dalam membangun Desa Bojong Kulon. Senada dengan Abdullah, Yanto selaku Panitia Pemilihan Kuwu, mengatakan bahwa :

“Pak Abdullah tidak banyak bicara tentang program kerja mas, Pak Abdullah hanya minta dukungan dan bantuannya kepada masyarakat apabila dirinya terpilih jadi Kuwu.” (Wawancara 28 Juli 2016)

Dapat disimpulkan bahwa Abdullah hanya meminta dukungan dan bantuan dari masyarakat Desa Bojong Kulon dalam pencalonannya sebagai Kuwu. Senada dengan Abdullah dan Yanto, Pudir selaku Perangkat Desa Bojong Kulon, mengatakan bahwa :

“Pada saat Pak Kuwu maju, Pak Kuwu tidak membacakan apa-apa mas, Pak Kuwu tidak banyak ngomong, intinya Pak Kuwu ingin mengabdikan pada masyarakat dan membawa ke arah yang lebih baik.” (Wawancara 28 Juli 2016)

Dapat disimpulkan bahwa Abdullah ingin mengabdikan dirinya kepada masyarakat Desa Bojong Kulon dan menginginkan Desa Bojong Kulon menjadi lebih baik lagi. Dilihat dari hasil wawancara dengan Abdullah, Pudir, Rinto dan Yanto, dapat ditarik kesimpulan bahwa, program kerja bukan hal yang utama, Abdullah lebih memilih melibatkan langsung secara aktif kepada masyarakat tentang pembangunan desanya, setiap aspirasi dari masyarakat merupakan bagian dari program kerjanya yang harus dijalankan untuk membangun masyarakat Desa Bojong Kulon ke arah yang lebih baik.

Strategi Abdullah diperkuat juga dengan teori tentang strategi *ofensif*, misalnya saja apabila calon kuwu ingin meningkatkan jumlah pemilihnya. Strategi perluasan masa yang *ofensif* bertujuan untuk membentuk kelompok yang baru disamping kelompok pemilih yang ada. Oleh karena itu harus ada penawaran yang baru atau penawaran yang baik bagi para pemilih. Jadi yang dibahas disini adalah strategi persaingan yang faktual atau nyata dimana para calon kuwu bersaing untuk merebut hati kelompok pemilih dalam sebuah kompetisi. Strategi persaingan yang dilakukan Abdullah adalah dengan memberikan keleluasaan dan kebebasan untuk memberikan aspirasinya dalam pembangunan Desa Bojong Kulon.

2. Strategi Defensif (Bertahan)

Strategi *defensif* ada dua yaitu strategi mempertahankan masa dan strategi menyerahkan masa. Strategi mempertahankan masa artinya bahwa calon kuwu akan

menjaga atau mengamankan pemilih tetap mereka dan memperkuat pemahaman para pemilih musiman atau baru, artinya bahwa calon kuwu akan memelihara atau mempertahankan pemilih dan masyarakat yang loyal kepadanya, serta akan memberi arahan atau masukan yang diarahkan kepada pemilih musiman atau pemula agar memilih calonnya.

Dalam waktu yang bersamaan saya mengajukan pertanyaan tentang strategi defensif (bertahan) yaitu mempertahankan masa dan menutup/menyerahkan masa, apa transaksi politik yang dilakukan untuk mempertahankan masa dan apa yang dilakukan saat pendukung atau masa menurun. Menanggapi pertanyaan yang saya ajukan, menurut penjelasan Abdullah mengenai strategi mempertahankan masa adalah sebagai berikut :

“Saya tidak pernah menjanjikan apapun atau memberikan harapan manis ke masyarakat, saya ingin mengabdikan diri saya kepada masyarakat Bojong Kulon, adapun imbalan sewajarnya saya memberikan sebatas untuk membeli beras dan menurut tim survai, saya adalah calon yang selalu berada diposisi 2 dan 3 alias tidak pernah diunggulkan, tetapi saya tidak pernah terpengaruh oleh isu seperti itu, saya tetap fokus dengan agenda silaturahmi langsung dan pendekatan ke rumah warga.” (Wawancara 09 Juni 2016)

Dapat disimpulkan bahwa strategi mempertahankan dan menutup masa Abdullah yaitu dengan tidak pernah menjanjikan apapun kepada masyarakatnya, Abdullah tetap melakukan pendekatan dan membagikan uang sebagai imbalan untuk mempertahankan atau menutup pendukungnya.

Senada dengan Abdullah, Wawan selaku tim sukses Abdullah, mengatakan bahwa:

“Pak Abdullah tidak pernah diunggulin mas, karena masanya Pak Abdullah tidak terlihat oleh calon lawannya dan Pak Abdullah tidak pernah menyuruh kami mencari masa atau menemani Pak Abdullah silaturahmi ke Rumah warga,

Pak Abdullah selalu percaya diri kalau dia bisa menang karena banyak jasa Pak Abdullah yang dilakukan buat warga pada saat Pak Abdullah masih menjabat jadi Perangkat Desa.” (Wawancara 09 Juni 2016)

Pernyataan Wawan dapat disimpulkan bahwa meskipun Abdullah tidak diunggulkan tetapi Abdullah tidak pernah menggerakkan tim suksesnya untuk mendampinginya dalam mencari masa, Abdullah lebih memilih kerja sendiri dan menyimpan masanya untuk tidak menunjukkan ke masyarakat umum. Untuk melengkapi hasil wawancara diatas, kemudian saya mewawancarai juga Sumi dan Toto selaku masyarakat Desa Bojong Kulon tentang pertanyaan yang serupa seperti yang saya sudah tanyakan kepada Abdulah dan tim suksesnya yaitu apa transaksi politik yang dilakukan untuk mempertahankan masa dan apa yang dilakukan pada saat pendukung menurun, menanggapi pertanyaan tersebut kemudian Sumi mengatakan bahwa :

“Pak Abdullah tuh melas, saya ga tertarik sama imbalan karena saya sudah punya pilihan ya iku Pak Abdullah yang saya pilih, isun milih kuwu sing bisa ngayomi ning rakyat kaya Pak Abdullah, kalau ada yang ngasih uang dari calon lain pasti saya terima lumayan buat nambah-nambah di dapur mas.” (Wawancara 09 Juni 2016)

Dapat disimpulkan bahwa menurut Sumi tidak semuanya dapat dibeli oleh uang, tetapi sosok atau jejak rekam seseorang membuat masyarakat bersimpati kepada Abdullah sebagai calon Kuwu. Senada juga dengan Sumi, Toto selaku warga Desa Bojong Kulon, mengatakan bahwa :

“Saya mendapatkan 5 amplop dari masing-masing calon kuwu yang nominalnya berbeda mulai dari Rp. 25.000 sampai Rp. 100.000, ya saya terima mas lagian calon kuwu juga tidak tahu saya mencoblos siapa itukan hak saya mau milih siapa.” (Wawancara 09 Juni 2016)

Dapat disimpulkan bahwa menurut Toto setiap pemilihan figur pemimpin dari tingkat

pusat sampai desa politik uang selalu ada dan sudah membudaya dikalangan masyarakat indonesia, termasuk di Desa Bojong Kulon politik uang masih tetap menjadi jurus ampuh dalam strategi pemilihan kuwu. Dilihat dari hasil wawancara dengan Abdullah, Wawan, Sumi dan Toto. Dapat ditarik kesimpulan bahwa, strategi bertahan dan menutup masa Abdullah tetap dengan bersilaturahmi kepada warganya, meskipun Abdullah tidak diunggulkan tetapi Abdullah tetap percaya diri dan berkeyakinan bahwa dengan menjalin komunikasi yang baik akan menghasilkan yang baik pula tentunya dengan memenangkan pemilihan kuwu, selain itu Abdullah juga tetap menggunakan politik uang seperti yang dilakukan lawan politiknya.

Strategi *defensif* yang dilakukan Abdullah yaitu dengan tidak memberikan janji-janji kepada masyarakat tetapi Abdullah lebih banyak memberikan bantuan baik materi atau pemikiran kepada masyarakat yang sudah jelas memberikan dukungan kepada dirinya. Selain itu sikap Abdullah yang tidak mudah terpropokasi oleh isu-isu yang berkembang ditengah masyarakat menjadikan Abdullah merasa terbantu karena tidak secara langsung isu tersebut merupakan alat mengkampanyekan dirinya. Menanggapi isu-isu tersebut Abdullah dengan cepat dan tanggap langsung mengklarifikasi kepada masyarakat tentang isu-isu tersebut, bagi Abdullah semua itu bukan hambatan justru Abdullah merasa diuntungkan. Seperti halnya calon yang lain, Abdullah juga membagikan uang kepada masyarakat termasuk masyarakat yang belum mempunyai pilihannya pada saat tahap pemilihan kuwu.

Kesimpulan

Pemilihan Kuwu Desa Bojong Kulon Kecamatan Susukan pada tahun 2015 yang diikuti oleh 5 calon memiliki strategi masing-masing dalam memenangkan Pemilihan Kuwu. Masing-masing calon kuwu mengaktifkan seluruh jaringan-jaringannya di masyarakat untuk melakukan kerja-kerja politik pemenangan yang diagendakan secara bertahap. Tim Sukses menjadi media untuk menuangkan gagasan-gagasan strategi pemenangan, sehingga apapun yang terkait dengan langkah-langkah pemenangan menjadi

relevan bila menghubungkan tim sukses yang terdiri dari banyak calon ini. Tim sukses relawan juga melakukan kerja-kerja pemenangan secara intensif.

Berdasarkan hasil penelitian secara deskriptif (lapangan) bahwa Abdullah dalam melaksanakan strategi politik pemenangan pemilihan Kuwumenggunakan 2 (dua) strategi politik yaitu strategi politik *ofensif* dan strategi politik *defensif*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi politik ofensif terdiri dari 2 (dua) yaitu strategi memperluas masa dan strategi menembus masa. Strategi Abdullah dalam mencari dukungan dengan cara silaturahmi langsung ke rumah masyarakat atau ke tempat yang biasanya berkumpul masyarakat, selain itu Abdullah tidak pernah melibatkan tim suksesnya dalam kegiatan silaturahmi itu dalam memenangkan pemilihan kuwu di Desa Bojong Kulon, alasan dari Abdullah tidak melibatkan tim suksesnya karena Abdullah beranggapan bahwa tidak semua masyarakat yang Abdullah datangi menyukai tim suksesnya, selain itu Abdullah juga ingin mengetahui respon dari masyarakatnya tentang pencalonan Abdullah sebagai Kuwu. Bagi Abdullah program kerja bukan hal yang utama, Abdullah lebih memilih melibatkan langsung secara aktif kepada masyarakat tentang pembangunan desanya, setiap aspirasi dari masyarakat merupakan bagian dari program kerjanya yang harus dijalankan untuk membangun masyarakat Desa Bojong Kulon ke arah yang lebih baik. Strategi perluasan masa yang *ofensif* bertujuan untuk membentuk kelompok yang baru disamping kelompok pemilih yang ada. Oleh karena itu harus ada penawaran yang baru atau penawaran yang baik bagi para pemilih. Jadi yang dibahas disini adalah strategi persaingan yang faktual atau nyata dimana para calon kuwu bersaing untuk merebut hati kelompok pemilih dalam sebuah kompetisi. Strategi persaingan yang dilakukan Abdullah adalah dengan memberikan keleluasaan dan kebebasan untuk memberikan

aspirasinya dalam pembangunan Desa Bojong Kulon.

2. Strategi politik defensif terdiri 2 (dua) yaitu mempertahankan masa dan menyerahkan/menutup masa. Strategi *defensif* yang dilakukan Abdullah yaitu dengan tidak memberikan janji-janji kepada masyarakat tetapi Abdullah lebih banyak memberikan bantuan baik materi atau pemikiran kepada masyarakat yang sudah jelas memberikan dukungan kepada dirinya. Selain itu sikap Abdullah yang tidak mudah terpropokasi oleh isu-isu yang berkembang ditengah masyarakat menjadikan Abdullah merasa terbantu karena tidak secara langsung isu tersebut merupakan alat mengkampanyekan dirinya. Menanggapi isu-isu tersebut Abdullah dengan cepat dan tanggap langsung mengklarifikasi kepada masyarakat tentang isu-isu tersebut, bagi Abdullah semua itu bukan hambatan justru Abdullah merasa diuntungkan. Seperti halnya calon yang lain, Abdullah juga membagikan uang kepada masyarakat termasuk masyarakat yang belum mempunyai pilihannya pada saat tahap pemilihan kuwu.

DAFTAR PUSTAKA

- Arenawati. 2014. *Administrasi Pemerintahan Daerah*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Cangara Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Duverger, Maurice. 1996. *Sosiologi politik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Efriza. 2012. *Political Explore*. Bandung: Alfabeta
- Firmanzah. 2007. *Marketing Politik antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Kencana Inu. 2010. *Ilmu Politik*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya
- Mendoza, Democrito. 2004. *Kampanye Isu dan Cara Melobi*. Jakarta: Yayasan Obor

- Moleong, Ixi. 2004. *Penelitian Metodologi Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhammad Arni. 2014. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Nawawi, Hadari. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Pito T.A. 2005. *Mengenal Teori-Teori Politik dari Sistem Politik Sampai Korupsi*. Bandung: Nusa Indah
- Rival Veitzhal dan Mulyadi Deddy. 2003. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sahid Komarudin. 2011. *Memahami Sosiologi Politik*. Bogor: Chalia Indonesia
- Seta Basri. 2012. *Pengantar Ilmu Politik*. Jogjakarta: Indi Book Corner
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Venus, Antar. 2009. *Manajemen Kampanye*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Widjaja Haw. 2010. *Otonomi Desa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Dokumen-Dokumen :

- Undang-Undang nomor 32 tahun 2014 tentang Desa
- Undang-Undang nomor 6 tahun 2014 tentang Desa
- Peraturan Daerah Kabupaten Cirebon nomor 2 tahun 2015 tentang Pemerintahan Desa dan Badan Permusyawaratan Desa
- Peraturan Bupati Cirebon nomor 113 tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Bupati Cirebon nomor 96 tahun 2015 Tentang Pemilihan Kuwu di Kabupaten Cirebon
- Keputusan Komisi Pemilihan Umum nomor 35 tahun 2004 tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden