

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Kajian Teori Terkait Judul

Teori-teori berguna untuk memberikan landasan peneliti dalam berfikir serta menganalisis hasil penelitian.

##### 1. Teori Strategi Politik

###### a. Pengertian strategi politik

Strategi politik merupakan strategi atau teknik yang digunakan untuk mewujudkan suatu cita-cita politik. Strategi politik sangat penting untuk sebuah partai politik, tanpa adanya strategi politik, perubahan jangka panjang sama sekali tidak dapat diwujudkan.<sup>1</sup> 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.<sup>2</sup>

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. 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.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Rifaldi Sahea, Burhan Niode, Dan Trilke Tulung, “Analisis Strategi Politik Sri Wahyumi Maria Manalip-Petrus Simon Tuange Dalam Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Kepulauan Talaud Tahun 2013,” 2339.

<sup>2</sup> Rifaldi Sahea, Burhan Niode, Dan Trilke Tulung, “Analisis Strategi Politik Sri Wahyumi Maria Manalip-Petrus Simon Tuange Dalam Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Kepulauan Talaud Tahun 2013,” 2345.

<sup>3</sup> Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 65.

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.<sup>4</sup>

Tujuan akhir dalam strategi politik adalah untuk membawa calon anggota legislatif yang didukung oleh strategi politiknya menduduki jabatan anggota legislatif yang diperebutkan melalui mekanisme pemilihan secara langsung oleh masyarakat. Jadi, strategi politik adalah sebuah rencana yang sistematis dan dalam mencapai tujuan memenangkan dalam bidang politik. Dengan strategi politik inilah partai politik mampu memenangkan dalam setiap momentum perebutan kekuasaan.

b. Macam-macam strategi politik

Terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan, diantaranya:<sup>5</sup>

1) Strategi penguatan (*Reinforcement strategy*)

Strategi ini dapat dilakukan oleh kandidat yang telah dipilih dengan cara membuktikan janji-janji politiknya pada saat kampanye. Formulasi dan implementasi kebijakan pro-publik, anggaran berorientasi gender, dan sebagainya yang bisa digunakan untuk menguatkan image kandidat dalam pilkada selanjutnya

2) Strategi rasionalisasi (*Rationalization strategy*)

Strategi ini diambil ketika kinerja kandidat/partai tidak sesuai dengan citra yang telah dibangunnya. Rasionalisasi strategi perlu diambil agar tidak mematkan citra di mata para pemilih (voters) pada saat pilkada.

3) Strategi bujukan (*Inducement strategy*)

Strategi ini diterapkan manakala citra kandidat tidak sesuai dengan persepsi warga walau kinerjanya baik di mata pemilih.

---

<sup>4</sup> Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 76.

<sup>5</sup> Rifaldi Sahea, Burhan Niode, Dan Trilke Tulung, "Analisis Strategi Politik Sri Wahyumi Maria Manalip-Petrus Simon Tuange Dalam Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Kepulauan Talaud Tahun 2013," 2339-2340.

4) Strategi konfrontasi (*Confrontation strategy*)

Strategi ini harus diterapkan oleh para kandidat yang salah membangun citra. Citra yang dibangun ternyata tidak sesuai dengan kinerjanya, oleh karena itu ia harus merombak habis citra dan kinerjanya dalam pilkada berikutnya agar dapat dipilih oleh pemilih yang semakin cerdas dan kritis.

## c. Tahap-tahap strategi

Adapun tahap-tahap dalam strategi adalah:<sup>6</sup>

## 1) Perumusan

- a) Menjelaskan tahap pertama dari faktor yang mencakup analisis lingkungan intern maupun ekstern adalah penetapan visi misi perencanaan dan tujuan startegi
- b) Perumusan startegi merupakan proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang bermaksud untuk membangun visi dan misinya, merupaknan tujuan strategi serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut.
- c) Untuk itu ada beberapa langkah yang perlu dilakukan oleh seorang pemimpin.
- d) Identifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh pemimpin, tentukan misi untuk mencapai visi yang dicita citakan dalma lingkungan tersebut.
- e) Penentuan target dan tujuan

## 2) Pelaksanaan

- a) Setelah tahap perumusan strategi diselesaikan maka berikutnya yang merupakan tahap krusial dalam strategi adalah pelaksanaan strategi
- b) Pelaksanaan strategi adalah proses dimana strategi dan kebijaksanaan dijalankan melalui pembagunan struktur pengembangan program *budget* dan prosedur pelaksanaan. Pelaksaan strategi merupakan yang paling sulit dalam proses strategi mengingat banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi pelaksaan dilapangan dan mungkin tidak sesuai dengan pemikiran semula. Strategi yang berhasil harus di dukung oleh pemimpin yang solid, bijaksana, dan paham akan situasi dan kondisi terhadap keberhasilan pelaksanaan srategi.

---

<sup>6</sup> Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 86.

## 2. Teori Kampanye Politik

### a. Pengertian Kampanye Politik

Kampanye politik menurut Kotler dan Roberto, Kampanye adalah suatu usaha yang diorganisasi oleh satu kelompok (agen perubahan) yang ditujukan untuk memersuasi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi atau meninggalkan ide-ide tertentu, sikap dan perilaku tertentu.<sup>7</sup>

Roger dan Storey seperti dikutip Gun Gun, ia mengatakan:

“dalam komunikasi politik kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan pada kurun waktu tertentu.”<sup>8</sup>

Sedangkan menurut Imawan, ia mengungkapkan:

“Kampanye adalah upaya persuasif untuk mengajak orang lain yang belum sepaham atau belum yakin pada ide-ide yang kita tawarkan, agar mereka bersedia bergabung dan mendukungnya.”<sup>9</sup>

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kampanye tidak hanya berarti politik, tetapi hal-hal yang berkaitan dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Kampanye politik juga merupakan bagian dari komunikasi politik dimana tujuan komunikasi politik adalah untuk mendekatkan diri dengan masyarakat sehingga masyarakat dapat lebih mengenal satu sama lain dengan bantuan komunikasi politik kepada calon pemimpinnya. Oleh karena itu kampanye dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat, agar para calon saling mengenal dan diharapkan menimbulkan simpati, simpati, kepedulian dan keberpihakan pada perjuangan di masyarakat. dari kampanye kandidat.

Kampanye politik seringkali gagal dalam praktiknya, namun di sisi lain ada yang berhasil berkat strategi kampanye yang terencana dengan baik. Al-Quran dan hadis dalam Surat Al Baqarah ayat 30 :

---

<sup>7</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 229.

<sup>8</sup> Gun gun Heryanto dan Ade Rina Farida, *Komunikasi Politik* (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah, 2011) hlm. 33.

<sup>9</sup> Cangara, Hafied, *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 223

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya:

“Mereka berkata: Mengapa Allah akan menciptakan pemimpin di bumi yaitu seorang pemimpin yang akan merusak bumi dan saling membunuh, padahal kami selalu menyembah dan selalu menyebut nama mu? Allah berfirman: Sesungguhnya saya lebih mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.”<sup>10</sup>

Surat At-Taubat ayat 71

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ إِنَّكَ سَرِيحُهُمُ اللَّيْلُ إِنَّ اللَّهَ وَيَقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيَطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ٧١

Artinya:

“Baik pemimpin laki-laki maupun pemimpin perempuan yang beriman adalah mengajak kebaikan dan melarang kejelekan, melaksanakan dalam jalan allah akan diberi rahmat oleh Allah...”<sup>11</sup>

حديث عبد الله بن عمر رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم قال : «ألا كلُّكم راعٍ، وكلُّكم مسئولٌ عن رعيته»

Artinya:

“Masing- masing Kamu adalah pemimpin dan bertanggung jawab apa yang di pimpin.H.R. Bukhari:4789.”<sup>12</sup>

<sup>10</sup> Umar Sidiq, kepemimpinan dalam islam: kajian tematik dalam Al-Quran dan Al-Hadis, Jurnal DIALOGIA, vol. 12 no. 1 juni 2014. Hlm 128.

<sup>11</sup> Yuminah Rohmatullah, kepemimpinan perempuan dalam islam: melacak sejarah feminisme melalui pendekatan hadis dan hubungannya dengan hukum Negara, Jurnal Syariah, Jurnal Ilmu Hukum dan Pemikiran Islam, Volume 17, Nomor 1 juni 2017, Hlm 110.

<sup>12</sup> Novita Pancaningrum, Kontekstual Konsep Pemimpin Dalam Teks Hadis, Riwayah: Jurnal Studi Hadis issn 2460-755X eissn 2476-9649 Tersedia online di: journal.stainkudus.ac.id/index.php/Riwayah DOI: -, Volume 4 Nomor 2 2018,(Diakses:19 agustus 2022), hal 217.

## b. Jenis Kampanye Politik

Jenis-jenis kampanye menurut Charles U larson<sup>13</sup>, yaitu:

### 1) *Product Oriented Campaigns*

Kampanye yang berfokus pada produk biasanya berlangsung di lingkungan bisnis yang berorientasi komersial, contoh meluncurkan produk baru, dan tujuan kampanye ini biasanya untuk membangun citra positif dari produk yang disajikan kepada publik.

### 2) *Candidate Oriented Campaigns*

Kampanye ini berorientasi pada kandidat dan biasanya dimotivasi oleh hasrat untuk keuntungan politik. Contoh: Kampanye pemilu, penggalangan dana untuk partai politik.

### 3) *Ideologically or cause oriented campaigns*

Jenis kampanye ini ditujukan untuk tujuan tertentu dan seringkali memiliki dimensi sosial atau kampanye perubahan sosial, yaitu kampanye ditujukan untuk mengatasi masalah sosial dengan mengubah sikap dan perilaku masyarakat terkait. Contoh: Kampanye AIDS, keluarga berencana dan donor darah.

### 4) Jenis Kampanye yang sifatnya menyerang (*attacking campaign*):

#### (a) Kampanye Negatif

Menyerang pihak lain melalui sejumlah data atau fakta yang bisa diverifikasi dan diperdebatkan. Contohnya kampanye yang menyebarkan berita bohong yang menyebabkan pihak lain mendapat citra buruk di masyarakat.

#### (b) Kampanye hitam (*Black campaign*)

Kampanye yang bersifat buruk atau jahat dengan cara menjatuhkan lawan politik untuk mendapatkan keuntungan. Contohnya melakukan hal-hal negatif seperti pembagian uang saat kampanye, memberikan janji-janji yang terlalu muluk-muluk sehingga pada saat terpilih menjadi pemimpin janji tersebut tidak dapat terealisasi.

Jenis-jenis strategi dalam konteks kampanye politik menurut Cangara yaitu<sup>14</sup>:

---

<sup>13</sup> Nimmo, Komunikasi politik :pesan dan media. (Bandung: Rosda. 2009). Hlm. 48-49.

1) Penetapan komunikator

Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu, seorang komunikator yang akan bertindak sebagai juru kampanye harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh dengan daya kreativitas.

2) Menetapkan target sasaran

Dalam studi komunikasi target sasaran disebut juga dengan khalayak. Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran dalam kampanye, merupakan hal yang sangat penting. Sebab semua aktivitas komunikasi kampanye diarahkan kepada mereka. Mereka lah yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu kampanye sebab sebagaimana pun besar biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi mereka, namun jika mereka tidak mau memberi suara kepada partai atau calon yang diperkenalkan kampanye akan sia-sia.

3) Menyusun pesan-pesan kampanye

Untuk mengelola dan menyusun pesan yang mengena dan perlu efektif. penyampaian pesan terdiri dari 3 jenis yaitu pesan yang berbentuk informatif, pesan yang berbentuk persuasif serta propoganda.

4) Pemilihan media

Jenis-jenis media yang dapat digunakan dalam kampanye politik meliputi media cetak, media elektronik, media luar ruangan, media ruang kecil dan saluran tatap muka langsung dengan masyarakat. Pemilihan media yang sangat tepat akan menentukan kemenangan dalam politik, maka media sangat penting untuk dijadikan wadah dalam melakukan kampanye. Karena melalui media sekarang informasi-informasi sangat mudah tersalurkan kepada masyarakat dan melalui media sangat mudah para kandidat untuk melakukan menawarkan produk politiknya dan sangat cepat persebarannya.

**c. Strategi Kampanye Politik**

Langkah-langkah yang digunakan untuk sebuah kampanye, sebagai berikut:<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta : Raja Graindo, 2009), hlm. 234.

<sup>15</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta : Raja Graindo, 2009), hlm. 248.

- 1) Penemuan dan penetapan masalah, pertama-tama dalam menentukan arah strategi kampanye politik penemuan dan penetapan masalah menjadi kunci yang utama karena penetapan masalah adalah yang paling pertama sebelum melakukan kegiatan selanjutnya.
- 2) Menetapkan tujuan yang ingin dicapai, dalam sebuah kampanye politik tujuan yang ingin tercapainya sebuah rencana yang dilakukan para kandidat yang ingin membangun dan memperoleh cita-cita dalam memajukan bangsa dan negara. Penetapan tujuan adalah tujuan tersebut dimana para kandidat ingin mensukseskan apa yang dia rencanakan dan ingin mewujudkannya bersama-sama dengan rakyat.
- 3) Penetapan strategi
  - (a) Penetapan juru kampanye (komunikator)
  - (b) Penetapan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak
  - (c) Menyusun pesan-pesan kampanye
  - (d) Pemilihan media dan saluran komunikasi
  - (e) Produksi media
  - (f) Menyampaikan Materi Komunikasi
- 4) Penyebarluasan pesan melalui media komunikasi, di era zaman sekarang manusia di permudahkan dengan teknologi yang semakin canggih maka manusia sekarang banyak yang ketergantungan dengan teknologi, maka dari itu media komunikasi sangat cocok di gunakan sebagai alat strategi kampanye disamping jangkauan luas media komunikasi sangat besar pengaruhnya karena banyaknya masyarakat yang menggunakan media komunikasi.
- 5) Pengaruh (*effect*) kampanye, kampanye besar pengaruhnya karena masyarakat lebih tahu mengenai profil para pemimpinnya, itupun juga sebaliknya para calon pemimpin merasa lebih dekat dengan rakyat melalui adanya kampanye politik.
- 6) Mobilisasi kelompok berpengaruh, dalam melakukan kampanye para calon pemimpin memobilisasi masa dengan menggandeng tokoh masyarakat atau kelompok yang sangat besar pengaruhnya dalam memobilisasi masa yang nantinya agar mendapatkan suara terbanyak.
- 7) Penyusunan anggaran belanja, dalam melakukan sebuah kegiatan misalnya kampanye penyusunan anggaran belanja merupakan komponen yang sangat penting penyusunan anggaran belanja yang tepat dapat meminimalisir



pembengkakan biaya, dengan kata lain anggaran belanja yang dilakukan dengan bijak dan detail maka akan meminimalisir pengeluaran biaya.

- 8) Penyusunan jadwal kegiatan kampanye, jadwal kampanye dilakukan pada hari atau waktu tertentu agar lebih efisien dan besar pengaruhnya terhadap pencapaian tujuan kegiatan kampanye.
- 9) Tim kerja, dalam sebuah kegiatan penentuan tim kerja sangatlah penting karena acara dapat terselenggara dengan lancar dengan adanya tim kerja yang kompak dan solid, dalam penentuan tim kerja yang di lihat dari sumber daya manusia yang berpendidikan dan berbudi pekerti luhur dapat tercapainya kampanye politik yang lancar dan membuahkan hasil.
- 10) Evaluasi (*post testing*), setelah pasca pengujian evaluasi sangat penting dilakukan karena pembenahan untuk melakukan kegiatan-kegiatan kampanye selanjutnya, dimana nantinya akan menjadi bahan acuan pada kegiatan kampanye selanjutnya.

#### **d. Tujuan Kampanye**

Adapun tujuan dari kampanye, yaitu:

- 1) Kegiatan kampanye biasanya bertujuan untuk membawa perubahan pada tingkat pengetahuan kognitif. Pada tahap ini efek yang diharapkan adalah terciptanya kesadaran, perubahan keyakinan, atau peningkatan pengetahuan umum tentang isu-isu tertentu.
- 2) Langkah selanjutnya adalah mengubah pengaturan. Tujuannya adalah untuk membangkitkan rasa simpati, simpati, perhatian atau prasangka masyarakat terhadap subyek yang menjadi subyek kampanye.
- 3) Kegiatan kampanye pada tahap akhir bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat secara konkrit dan terukur. Langkah ini mengharuskan target kampanye untuk melakukan tindakan tertentu.<sup>16</sup>

#### **e. Larangan dalam Kampanye**

Untuk melaksanakan kampanye yang dilaksanakan secara bertanggung jawab yang memungkinkan pembelajaran bagi masyarakat, aturan yang jelas ditetapkan selain ketertiban dan

---

<sup>16</sup> Gun gun Heryanto dan Ade Rina Farida, *Komunikasi Politik* (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah, 2011) hlm. 36.

keamanan kampanye. Untuk itu telah ditetapkan beberapa larangan dalam kampanye, yaitu:

- 1) Mempersoalkan dasar Negara Pancasila, dan Pembukaan UUD Negara Republik Indonesia.
- 2) Melakukan kegiatan yang membahayakan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- 3) Menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon dan/atau peserta lain.
- 4) Menghasut dan mengadu domba antar perseorangan ataupun kelompok masyarakat.
- 5) Mengganggu ketertiban umum. Yang dimaksud mengganggu ketertiban umum dalam hal ini adalah suatu keadaan yang memungkinkan penyelenggaraan pemerintahan, pelayanan umum dan kegiatan masyarakat tidak dapat berlangsung sebagaimana biasa.
- 6) Ancaman kekerasan atau hasutan untuk menggunakan kekerasan terhadap individu, kelompok sasaran dan/atau pemilih lainnya.
- 7) Merusak dan/atau menghapus materi kampanye peserta kampanye lainnya.
- 8) Melalui pemanfaatan lembaga negara, tempat ibadah dan lembaga pendidikan. (Terkait sekolah ditutup atas prakarsa/izin pengelola sekolah, memberikan kesempatan yang sama bagi semua peserta pemilihan dan tidak mengganggu proses belajar mengajar).
- 9) Membawa atau menggunakan tanda gambar dan/atau atribut lain, selain tanda gambar dan/atau atribut peserta pemilu yang bersangkutan.
- 10) Menjanjikan atau menyumbangkan uang atau lainnya kepada peserta kampanye.<sup>17</sup>

### 3. Teori Pemilihan Kepala Desa

#### a. Pengertian Pemilihan Kepala Desa

Menurut Dede Mariana Kepala Desa dipilih berdasarkan asas langsung, umum, bebas dan rahasia oleh penduduk desa warga Negara Indonesia yang telah berumur sekurang-kurangnya 17 tahun atau telah / pernah kawin. Dalam rangka pemilihan Kepala Desa yang dimaksud dengan asas langsung, umum, bebas dan rahasia adalah sebagai berikut

---

<sup>17</sup> UU No. 17 Tahun 2017.

- 4) Asas Langsung berarti pemilih mempunyai hak suara langsung memberikan suaranya menurut hati nuraninya tanpa perantara.
- 5) Asas Umum berarti pada dasarnya semua penduduk desa WNI yang memenuhi persyaratan sekurang-kurangnya telah berusia 17 tahun ataupun telah/pernah kawin berhak memilih dalam pemilihan Kepala Desa. Jadi, pemilihan bersifat umum berarti pemilihan yang berlaku menyeluruh bagi semua penduduk desa warga Negara Indonesia menurut peraturan.
- 6) Asas Bebas berarti pemilih dalam menggunakan haknya dijamin keamanannya untuk menetapkan pilihannya sendiri tanpa adanya pengaruh tekanan dari siapapun dan dengan apapun.
- 7) Asas Rahasia berarti pemilih dijamin oleh peraturan perundang-undangan bahwa suara yang diberikan dalam pemilihan tidak akan diketahui oleh siapapun dan dengan jalan apapun.<sup>18</sup>

Sistem pemilihan penduduk desa Indonesia dipilih langsung oleh penduduk desa dari calon yang memenuhi persyaratan dan memperoleh suara terbanyak. Mekanisme demokrasi terkait rekrutmen kepala desa dilakukan melalui pemilihan kepala desa secara langsung, dimana masyarakat secara langsung dan menyeluruh memiliki hak dan kebebasan untuk memilih calon yang didukungnya, sehingga mendapat dukungan penuh dari desa. Kandidat ini harus mencari cara untuk mendapatkan dukungan itu, menggunakan strategi politik untuk memajukan visi dan misi yang dikejar oleh para calon pemimpin ini.<sup>19</sup>

#### **b. Pengertian Desa**

Menurut P.H. Collin desa secara etimologi berasal dari bahasa Sangsekerta, *deca* yang berarti tanah air, tanah asal atau tanah kelahiran. Dari perspektif geografis, desa atau *village* diartikan sebagai *“a group of houses and shops in a*

---

<sup>18</sup> Janwandri, Proses Pemilihan Kepala Desa Di Desa Tanjung Nanga Kecamatan Malinau Selatan Kabupaten Malinau, *eJournal Ilmu Pemerintahan* Vol 1 No.1 Tahun 2013, Hlm. 238.

<sup>19</sup> Farkhan Evendi & Denny Arinanda Kurnia, Strategi Kampanye Politik Pemilihan Kepala Desa Dalam Upaya Menggiring Opini Publik (Studi pada PILKADES Serentak Kabupaten Blitar 2019), *JURNAL TRANSLITERA*, Vol 9 No. 2/ 2020, Hlm 12 – 13.

*country area, smaller than a town.*” Menurut H.A.W. Widjaja, ia mengatakan:

“Desa adalah suatu wilayah yang ditempati oleh sejumlah penduduk sebagai kesatuan masyarakat termasuk di dalamnya masyarakat hukum yang mempunyai organisasi pemerintahan terendah langsung di bawah camat dan berhak untuk menyelenggarakan rumah tangganya dalam ikatan Negara Kesatuan Republik Indonesia.”<sup>20</sup>

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, yang dimaksud 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.<sup>21</sup>

Desa sebagai sebuah entitas budaya, ekonomi dan politik yang telah ada sebelum produk-produk hukum masa kolonial dan sesudahnya, diberlakukan, telah memiliki asas-asas pemerintahan sendiri yang asli, sesuai dengan karakteristik sosial dan ekonomi, serta kebutuhan dari rakyatnya. Konsep desa tidak hanya sebatas unit geografis dengan jumlah penduduk tertentu, melainkan sebagai sebuah unit teritorial yang dihuni oleh sekumpulan orang dengan kelengkapan budaya termasuk sistem politik dan ekonomi yang otonom. Desa mempunyai karakteristik yang berlaku umum untuk seluruh Indonesia, sedangkan desa adat atau yang disebut dengan nama lain mempunyai karakteristik yang berbeda dari desa pada umumnya, terutama karena kuatnya pengaruh adat terhadap sistem pemerintahan lokal, pengelolaan sumber daya lokal, dan kehidupan sosial budaya masyarakat desa.<sup>22</sup>

Selain keunikannya, desa memiliki peran yang strategis dalam pelaksanaan pembangunan nasional. Salah satu contohnya adalah dalam pangan, desa mempunyai peran

---

<sup>20</sup> Janwandri, Proses Pemilihan Kepala Desa Di Desa Tanjung Nanga Kecamatan Malinau Selatan Kabupaten Malinau, dalam *eJournal Ilmu Pemerintahan* Volume 1 Nomor 1 2013, hlm. 237.

<sup>21</sup> Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.

<sup>22</sup> Sugiman, “Pemerintahan Desa”, *Binamulia Hukum*, Vol. 7, No. 1 (2018), 85.

sebagai produsen pangan di skala nasional, untuk menunjang hal tersebut dibutuhkan peraturan perundang-undangan yang dapat mendukung pemaksimalan setiap kegiatan di desa. Kemudian, desa merupakan wilayah yang memiliki kebudayaan yang sangat unik dan masih sangat kental. Hampir kebanyakan desa masih memegang teguh hukum adat sehingga perlu tetap dijaga dan dilestarikan kondisi tersebut. Kebijakan pemerintah tentang desa harus memperhatikan serta menjaga keutuhan desa secara alamiah, agar nilai-nilai sosial budaya masyarakat adat di desa tidak terkikis dan hilang oleh perubahan yang terjadi dalam proses pembangunan sehingga modernisasi dan kesejahteraan yang diharapkan dari pembangunan tidak merusak nilai-nilai keaslian budaya masyarakat desa dan proses pembangunan desa sesuai dengan harapan.<sup>23</sup>

### c. Pengertian Kepala Desa

Menurut Unang Sunardjo, kepala desa adalah penyelenggara dan penanggung jawab utama di bidang pemerintahan, pembangunan, kemasyarakatan, dan urusan pemerintahan umum termasuk pembinaan ketenteraman dan ketertiban. Disamping itu kepala desa juga mengemban tugas membangun mental masyarakat desa baik dalam bentuk menumbuhkan maupun mengembangkan semangat membangun yang dijiwai oleh asas usaha bersama dan kekeluargaan. Sedangkan menurut Ramlan Subakti, ia mengatakan:

“Kepala desa adalah penguasa tunggal dalam pemerintahan desa dalam melaksanakan dan menyelenggarakan urusan rumah tangga desa dan disamping itu ia menyelenggarakan urusan-urusan pemerintah, meskipun demikian didalam melaksanakan tugasnya ia mempunyai batas-batas tertentu, ia tidak dapat menuruti keinginannya sendiri.”

Lebih lanjut Taliziduhu Ndraha mengatakan,

“Kepala desa adalah presiden desa yang memimpin dewan desa dan melaksanakan semua tugas yang diberikan oleh dewan kepala desa dan mengarahkan dan

---

<sup>23</sup> Vito Vivaldi Mahardika Dan Sunny Ummul Firdaus, “Nalisis Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa ,” *Ouvereignty : Jurnal Demokrasi Dan Ketahanan Nasional*, Vol. 1, No. 1(2022), 206.

mengendalikan semua usaha dan kegiatan masyarakat desa dan organisasi dan lembaga sosial. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepala desa adalah orang yang bergerak maju, memelopori, memimpin, mengarahkan, membimbing dan menggerakkan masyarakatnya melalui pengaruhnya sekaligus mengendalikan perilaku masyarakat desa yang dipimpinnya.”<sup>24</sup>

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa:

“Pemerintahan Desa adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pemerintah Desa adalah Kepala Desa atau yang disebut dengan nama lain dibantu perangkat Desa sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Desa.”<sup>25</sup>  
Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2014 tentang Pemilihan Kepala Desa menyebutkan bahwa Kepala Desa adalah pejabat Pemerintah Desa yang mempunyai wewenang, tugas dan kewajiban untuk menyelenggarakan rumah tangga Desanya dan melaksanakan tugas dari Pemerintah dan Pemerintah Daerah.”<sup>26</sup>

#### **d. Tugas dan Fungsi Kepala Desa**

Kepala Desa bertugas melaksanakan pembangunan desa, pembinaan kemasyarakatan desa, dan pemberdayaan masyarakat desa. Berdasarkan pasal 26 Undang-Undang Desa Nomor 6 Tahun 2014 memiliki wewenang yaitu:<sup>27</sup>

- 1) Memimpin penyelenggaraan pemerintahan desa
  - 2) Mengangkat dan memberhentikan perangkat desa
  - 3) Memegang kekuasaan pengelolaan keuangan dan asset desa
- Menetapkan peraturan desa

---

<sup>24</sup> Janwandri, *Proses Pemilihan Kepala Desa Di Desa Tanjung Nanga Kecamatan Malinau Selatan Kabupaten Malinau*, dalam eJournal Ilmu Pemerintahan Volume 1 Nomor 1 Tahun 2013, hlm. 238-239. Lihat [ejournal.ip.fisip-unmul.org](http://ejournal.ip.fisip-unmul.org). Diakses 18 Juli 2022.

<sup>25</sup> Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.

<sup>26</sup> Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2014 tentang Pemilihan Kepala Desa.

<sup>27</sup> Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014.

- 4) Menetapkan APBDesa
- 5) Membina kehidupan masyarakatdesa
- 6) Membina ketentraman dan ketertiban masyarakatdesa
- 7)Membina dan meningkatkan perekonomian desa serta mengintegrasikannya agar mencapai perekonomian skala produktif untuk sebesar-besarnya kemakmuran masyarakat desa.
- 8) Mengembangkan sumber pendapatandes.
- 9) Mengusulkan dan menerima pelimpahan sebagian kekayaan negara guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.
- 10) Mengembangkan kehidupan sosial budaya masyarakat desa
- 11) Memanfaatkan teknologi tepatguna
- 12) Mengoordinasikan pembangunan desa secara partisipatif
- 13) Mewakili desa didalam dan diluar pengadilan atau menunjuk kuasa hukum untuk mewakilinya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
- 14) Melaksanakan wewenang lain yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Sebelum memulai penelitian, peneliti mencari kajian-kajian yang memenuhi tujuan pencegahan plagiarisme dan menjadikannya sebagai sumber atau bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Adapun fokus dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apa saja faktor - faktor pendukung dan bagaimana strategi kampanye politik pemenang pemilihan kepala desa tahun 2021 Desa Wonorejo, Kec. Tlogowungu, Kab. Pati serta bagaimana upaya penyelesaian dari keberhasilan tersebut. Oleh karena itu, peneliti bermaksud membandingkan beberapa penelitian sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama peneliti dan tahun	Judul / Sumber	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan dengan penelitian ini	Persamaan dengan penelitian ini
1.	Tengku Imam Syarifudin, Erwin Resmawan, Iman Surya.	Strategi pemenangan kepala desa terpilih pada pemilihan kepala desa santan tengah kecamatan marang kayu kabupaten kutai kartanegara tahun 2016.	Metode kualitatif	hasil penelitian menjelaskan bahwa Nasrullah dengan mudah mengklasifikasi daerah mana yang menjadi lumbung suara dan daerah mana yang memerlukan tenaga lebih. Dalam pelaksanaan strategi door to door atau pintu ke pintu Nasrullah dan tim melakukan variasi terhadap pelaksanaan strategi ini, yaitu dengan safari politik. Dimaksud dengan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan penelitian ini mengkaji transformasi pola kerja relawan pendukung dalam pemilihan kepala desa Wonorejo 2021.	Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi yang dilakukan kepala desa terpilih. <sup>28</sup>

<sup>28</sup> *eJournal Pemerintahan Integratif*, Volume 7, Nomor 1, 2019,Hlm 52-61.



				<p>Safari politik adalah pelaksanaan door to door namun hanya dilaksanakan untuk perwakilan masyarakat seperti tokoh masyarakat, tokoh agama serta tokoh adat. Hal ini dilakukan karena para tokoh tersebut di nilai memiliki keterwakilan suara dari masyarakat.</p>		
2.	Farkhan Evendi, Denny Arinanda Kurnia	Strategi Kampanye Politik Pemilihan Kepala Desa Dalam Upaya Menggiring Opini Publik (Studi Pada PILKAD ES	Metode kualitatif	<p>Hasil penelitian Strategi kampanye politik yang dilakukan calon kades dalam Pilkades Desa Sumberjo Tahun 2019</p>	<p>Pada penelitian ini berkontribusi untuk menganalisis akan fenomena perilaku pemilih yang mampu mendongkrak partisipasi dalam Pemilihan kepala desa</p>	<p>Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti tentang upaya menggiring opini publik kades terpilih menjadi kepala desa</p>

		<p>Serentak Kabupaten Blitar 2019).</p>		<p>dengan menerapkan pendekatan produk politik berupa visi dan misi yang diusung oleh masing-masing kandidat, melakukan kampanye atau pendekatan kepada seluruh masyarakat, mempertimbangkan seluruh pembiayaan yang dikeluarkan oleh para calon selama mencalonkan diri, dan mempertimbangkan tempat dalam melakukan komunikasi-komunikasi politik ditengah masyarakat</p>	<p>2021.</p>	<p>mendapatkan suara terbanyak dan terpilih menjadi kepala desa.<sup>29</sup></p>
--	--	-----------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------	-----------------------------------------------------------------------------------

<sup>29</sup> JURNAL TRANSLITERA, Vol 9 No. 2/ 2020.

				<p>telah terbukti mampu diterapkannya dengan baik dan hasilnya calon kades mendapatkan suara terbanyak dan terpilih menjadi kepala desa. Keunggulan pendekatan produk politik, calon kades memfokuskan opini publik yang dimilikinya seperti catatan tentang hal-hal yang dilakukan di masa lampau, dan karakteristik kepribadian sebelum Pilkades tahun 2019 digelar.</p>	
--	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

3.	Ike Dwi Ambarwati	Strategi Pemenangan Pasangan Sanusi dan Didik Gatot Subroto (SanDi) dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak di Kabupaten Malang Tahun 2020.	Metode kualitatif	Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi pemenangan pasangan Sanusi - Didik Gatot Subroto (SanDi) melalui strategi politik dengan fokus jejaring politik petahana pada pemilihan kepala daerah Kabupaten Malang tahun 2020. Paslon SanDi berhasil diusung oleh 6 (enam) partai politik yakni: PDIP, Golkar,	Penelitian ini mengkaji terhadap suatu realitas dalam politik elektoral yang dilakukan sebagai jaringan strategi politik yang kemudian menghasilkan konsep mengenai kekuatan politik yang terbagi menjadi dua jenis yaitu kekuatan informal dan kekuatan formal yang pada dasarnya berasal dari jaringan informal berupa basis massa dan jaringan formal berbentuk partai politik.	Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi pemenangan kepala desa. <sup>30</sup>
----	-------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------

<sup>30</sup> Ike Dwi Ambarwati, *Strategi Pemenangan Pasangan Sanusi dan Didik Gatot Subroto (SanDi) dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Serentak di Kabupaten Malang Tahun 2020*. (Skripsi Program Studi Ilmu Pemerintahan), Malang, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK, Universitas Muhammadiyah Malang, Tahun 2021.

				<p>Demokrat, Gerindra, PPP, dan NasDem dan beberapa tokoh agama. Dengan menawarkan program unggulan One Village One Destinatio n dan Ayo Ngaji, pasangan SanDi nomor urut 1 (satu) berhasil memenangkan pilkada Kabupaten Malang dengan perolehan 530.449 suara. perolehan suara SanDi berbanding tipis dengan paslon Ladub dikarenakan beberapa kendala baik internal ataupun</p>		
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

				eksternal. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar tim kampanye dapat menyusun strategi alternatif guna mengantisipasi ketika strategi awal tidak berjalan dengan baik sekaligus memperbaiki komunikasi.		
4.	Oki Vanzelen	Strategi Kampanye Kepala Desa Terpilih Desa Danau Rata Tahun 2013 (Studi pada Kepala Desa	Metode kualitatif	hasil penelitian dan pembahasan terhadap temuan peneliti dilapangan tentang strategi kampanye Kepala Desa terpilih Siswanto	Penelitian ini mengkaji tentang strategi kampanye politik yang dilakukan oleh kandidat kepala desa dalam hal untuk meningkatkan elektabilitas	Persamaan dengan penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi kampanye kepala desa. <sup>31</sup>

<sup>31</sup> Oki Vanzelen, *Strategi Kampanye Kepala Desa Terpilih Desa Danau Rata Tahun 2013 (Studi pada Kepala Desa Terpilih Siswanto di Desa Danau Rata Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan)*. Skripsi Jurusan Ilmu Pemerintahan, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK, Universitas Lampung Bandar Lampung 2016.

		<p>Terpilih Siswanto di Desa Danau Rata Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan)</p>		<p>pada pemilihan Kepala Desa Danau Rata Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2013, maka dapat disimpulkan bahwa strategi kampanye Siswanto jika dikaitkan dengan teroi Charles U Larson yaitu: The Five Functional Stages Development Model, yaitu: 1. Tahap identifikasi atau penciptaan identitas kampanye yaitu dengan mengenalkan slogan</p>	<p>nya dalam Pilkadaes 2021.</p>	
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------	--

				<p>Mudah diminta pertolongan slogan tersebut disampaikan kepada masyarakat melalui media cetak berupa stiker.</p> <p>2. Tahap legitimasi atau tahapan seorang calon ketika memperoleh dukungan yang kuat dalam Polling yaitu Survei oleh tim pemenang calon Kepala Desa Siswanto dan mendapatkan dukungan dari ibu-ibu pengajian serta pemuda - pemudi Desa Danau</p>		
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--



				Rata. 3.Tahap partisipasi dari khalayak yang ikut serta dalam kampanye dengan cara ikut memasang stiker, poster dirumah masing-masing.		
5.	Cholillah Suci Pratiwi, Faizah Bafadhal, Ade Siska Giovani.	Strategi Marketing Politik Kepala Desa Petahan Pada Pilkades Di Desa Sidomukti Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur.	Metode kualitatif	hasil penelitian mengenai strategi marketing politik kepala desa petahana pada pilkades di desa Sidomukti, maka penulis menyimpulkan bahwa Strategi politik yang dilakukan Sutrisno sebagai kepala desa petahana pada pilkades di	Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana modalitas yang dimiliki oleh kandidat dalam pemilihan kepala desa, studi pada suyikno sebagai kepala desa petahana kembali menjadi kepala desa Wonorejo untuk kali kedua.	Persamaan dengan penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi kampanye kepala desa. <sup>32</sup>

<sup>32</sup> *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol. 4. No. 4 November 2020.

				<p>desa Sidomukti dianalisa dengan dengan teori penerapan strategi marketing. Sutrisno dapat menjaga eksistensinya dengan terpilih kembali menjadi kepala desa Sidomukti untuk kali ketiga dipengaruhi oleh dirinya yang melibatkan birokrasi pemerintahan desa.</p>		
--	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Berdasarkan analisis Tengku Imam Syarifuddin, Erwin Resmawan, Iman Surya, Strategi pemenangan kepala desa terpilih pada pemilihan kepala desa santan tengah kecamatan marang kayu kabupaten kutai kartanegara tahun 2016. Dapat diketahui bahwa penelitian yang akan saya lakukan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya yaitu penulis ingin menelusuri mengenai *factor* apa saja yang menjadi penyebab keberhasilan dan mengkaji transformasi pola kerja relawan pendukung dalam pemilihan kepala desa Wonorejo 2021.

Berdasarkan analisis Farkhan Evendi, Denny Arinanda Kurnia, Strategi Kampanye Politik Pemilihan Kepala Desa Dalam Upaya Menggiring Opini Publik (Studi Pada PILKADES Serentak Kabupaten Blitar 2019). Dapat diketahui bahwa Hasil penelitian strategi kampanye

politik yang dilaksanakan oleh Calon Induk Desa Tahun 2019 pada Pilkades Desa Sumberjo dengan menerapkan pendekatan produk politik berupa visi dan misi yang dilaksanakan oleh masing-masing calon, dalam pelaksanaan kampanye atau dalam pendekatan masyarakat umum dengan mempertimbangkan seluruh dibuat dari proyek Biaya. dalam mencalonkan calon dan mempertimbangkan posisinya dalam komunikasi politik masyarakatnya telah menunjukkan bahwa mereka dapat melakukannya dengan baik dan sebagai hasilnya calon kepala desa memperoleh suara terbanyak dan terpilih menjadi kepala desa. Keuntungan dari pendekatan produk politik adalah sebelum kekacauan 2019, calon kepala desa fokus pada opini publik, seperti nilai masa lalu dan sifat kepribadian.

Berdasarkan analisis Ike Dwi Ambarwati, Strategi Pemenangan Pasangan Sanusi dan Didik Gatot Subroto (SanDi) dalam Pemilihan Kepala Desa Serentak di Kabupaten Malang Tahun 2020. Dapat diketahui bahwa penelitian yang akan saya lakukan mengkaji terhadap suatu realitas dalam politik elektoral yang diakukan sebagai jaringan strategi politik yang kemudian menghasilkan konsep mengenai kekuatan politik.

Berdasarkan analisis Oki Vanzelen, Strategi Kampanye Kepala Desa Terpilih Desa Danau Rata Tahun 2013 (Studi pada Kepala Desa Terpilih Siswanto di Desa Danau Rata Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan). Dapat diketahui bahwa penelitian yang akan saya lakukan mengkaji tentang strategi kampanye politik yang dilakukan oleh kandidat kepala desa dalam hal untuk meningkatkan elektabilitasnya dalam Pilkades 2021.

Berdasarkan analisis Cholillah Suci Pratiwi, Faizah Bafadhal, Ade Siska Giovani. Strategi Marketing Politik Kepala Desa Petahana Pada Pilkades Di Desa Sidomukti Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Dapat diketahui bahwa hasil penelitian mengenai strategi marketing politik kepala desa petahana pada pilkades di desa Sidomukti, maka penulis menyimpulkan bahwa Strategi politik yang dilakukan Sutrisno sebagai kepala desa petahana pada pilkades di desa Sidomukti dianalisa dengan dengan teori penerapan strategi marketing. Sutrisno dapat menjaga eksistensinya dengan terpilih kembali menjadi kepala desa Sidomukti untuk kali ketiga dipengaruhi oleh dirinya yang melibatkan birokrasi pemerintahan desa. Perbedaan penelitian yang akan saya lakukan mengkaji tentang bagaimana modalitas yang dimiliki oleh kandidat dalam pemilihan kepala desa, studi pada Suyikno, SE, sebagai kepala desa petahana kembali menjadi kepala desa kali kedua.

Berdasarkan analisis persamaan dan perbedaan penelitiann yang akan peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan

bahwa penelitian yang peneliti lakukan belum pernah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya.

### C. Kerangka berfikir

**Gambar 2.2 Kerangka Berpikir**



Gambar 2.2 menerangkan bahwa kerangka berpikir dari peneliti yaitu berawal dari adanya fenomena calon calon kepala desa tahun 2021 yang menjadi representasi politik dalam kontestasi Pemilihan Kepala Desa wonorejo tahun 2021. Maka melalui fenomena tersebutlah peneliti tertarik untuk menganalisis tentang apa saja yang menjadi faktor keberhasilan dari pemenang kepala desa dalam Pilkades Tahun 2021 serta bagaimana cara penyelesaiannya dari keberhasilan tersebut.