STRATEGI *BOTOH* DALAM PEMENANGAN PEMILIHAN KEPALA DESA BERBASIS KARAKTER LOKAL DI DESA PARAKAN KECAMATAN PURWANEGARA KABUPATEN BANJARNEGARA TAHUN 2019

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)
Program Studi Ilmu Politik

Oleh:
Ade Tri Widyanti
NIM. 3312416029

JURUSAN POLITIK DAN KEWARGANEGARAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
TAHUN 2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Senin
Tanggal : 29 Juni 2020

Pembimbing

Moh. Aris Munandar, S.Sos., M.M
NIP. 197207242000031001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Politik dan Kewarganegaraan

Drs. Tijan, M.Si
NIP. 196211201987021001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Senin

Tanggal : 13 Juli 2020

Penguji I

Martien Herna Susanti, S.Sos., M.Si

NIP. 197303312005012001

Penguji II

Erisandi Arditama, S.I.P., M.A.

NIP. 198705012018031001

Penguji III

Moh. Aris Munandar, S.Sos., M.M.

NIP. 197207242000031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Dr. Moh. Solehatul Mustofa, M.A

NIP. 196308021988031001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat di dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 7 Juli 2020

Ade Tri Widyanti

NIM. 3312416029

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Hidup hanya ada dua jalan pilihan, hidup dengan petunjuk Allah SWT atau hidup tanpa petunjuk Allah SWT. Yang sudah Allah SWT tentukan untuk kita adalah sebaik-baiknya dari yang terbaik. Rasa syukur menjadi kunci atas nikmat yang sudah Allah SWT berikan untuk kita. Dibalik semua yang terjadi, pasti akan ada hikmahnya meski bukan hari ini."

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Almarhum Bapak Eko Prayitno dan Ibu Surti Arti serta kedua Kakak kandung saya, Suci Nur Fa'idah dan Ginanjar Dwi Subekti yang selalu memberikan doa, motivasi, nasihat dan dukungan serta kasih sayang.
2. Keluarga besar Bani Kusnadi dan Keluarga besar Bani Darsuki yang selalu memberikan doa.
3. Dosen pembimbing yang telah sabar membimbing saya, Moh. Aris Munandar, S.Sos., M.M.
4. Teman-teman seperjuangan Ilmu Politik 2016 yang telah menjadi penyemangat bagi saya.
5. Teman-teman organisasi (KMBN FIS dan Hima PKn), perkumpulan, Kuliah Kerja Nyata (KKN), serta Keluarga besar Kelurahan Kalibeber dan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan (Disdikbud) Kabupaten Kendal, dari kalian semua saya belajar banyak hal dan mendapat pengalaman yang sangat berharga.
6. Saudara dan teman-teman saya dimanapun kalian berada, kalian begitu menginspirasi semoga kita bisa terus menjaga relasi.
7. Almamater UNNES.

SARI

Widyanti, Ade Tri. 2020. *Strategi Botoh dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Desa Berbasis Karakter Lokal di Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara Tahun 2019*. Skripsi. Program Studi Ilmu Politik, Jurusan Politik dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang. Dosen Pembimbing Moh. Aris Munandar, S.Sos., M.M. 182 halaman.

Kata Kunci: *Botoh*, Pilkades, Strategi Pemenangan Lokal

Botoh merupakan sebutan bagi orang bukan elit politik yang berperan sebagai aktor pemenangan dalam Pilkades dengan cara menjalankan strategi pemenangan dengan bergerak secara individu dan dalam tim pemenangan. Munculnya *botoh* dalam Pilkades tidak lepas dari keadaan sosial politik masyarakat desa. *Botoh* menjalankan peran dan melakukan strategi pemenangan Pilkades dengan menggunakan ciri atau karakter lokal setempat. Aspek tersebut merupakan bagian dari indikator peran aktor politik dan strategi pemenangan dengan basis lokal. Pola-pola yang mencirikan suatu strategi kampanye seperti adanya aktor, loyalitas, mobilisasi massa, dan meyakinkan pemilih menjadi indikator lain *botoh* sebagai representasi strategi pemenangan tingkat desa. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana peran dan strategi *botoh* dalam pemenangan pemilihan kepala desa di Desa Parakan tahun 2019.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memfokuskan penelitian pada peran dan strategi *botoh* dalam pemenangan Pilkades berbasis karakter lokal. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang meliputi teknik reduksi data, penyajian data dan kesimpulan data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Peran *botoh* dalam pemenangan dilakukan secara individu dan dalam tim pemenangan. Hubungan antara Cakades dengan *botoh* berupa hubungan Patron-Klien, yaitu hubungan yang berlandaskan pada pertukaran sumber daya. Selain itu, *botoh* berperan sebagai perantara (*midleman*) bagi Cakades dengan pemilih. Strategi yang dilakukan *botoh* dalam pemenangan di Pilkades ialah menggunakan strategi pemenangan berbasis karakter lokal. Strategi pemenangan berbasis karakter lokal merupakan langkah pemenangan yang dilakukan oleh Cakades bersama aktor politik setempat (*botoh*) yang mendukungnya dengan memanfaatkan kebiasaan atau tradisi lokal sebagai alatnya untuk mencapai kemenangan pada masa pemilihan.

Saran yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut: (1) optimisme *botoh* dalam pemenangan calon kepala desa memang terlampau tinggi karena kepercayaan dan strategi yang menarik. *Botoh* dianggap sebagai alternatif langkah yang mampu memobilisasi massa dan memberikan kesadaran politik pada masyarakat. Hal ini kurang diimbangi dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku terutama tentang Pemilu. Aspek ini perlu diperbaiki oleh *botoh* dalam pemenangan agar peran *botoh* sebagai relawan mendapat pengakuan positif dalam demokrasi desa. (2) Rendahnya pemahaman politik pada masyarakat desa rupanya menjadi peluang bagi para *botoh*. Hal ini dibuktikan dengan adanya *botoh* yang mampu menjalankan strategi pemenangan dengan sangat mudah dan sederhana. Hal tersebut menjadi urgensi yang perlu segera dibenahi. Maka sudah selayaknya bagi Desa selain sukses dalam demokrasi, juga berbenah dan menata diri guna membuka wawasan masyarakat terhadap politik.

ABSTRACT

Widyanti, Ade Tri. 2020. *Botoh's Strategy in Winning Village Head Election Based on Local Character in Parakan Village, Purwanegara District, Banjarnegara Regency in 2019*. Undergraduate Thesis. Political Science Program, Department of Politics and Civics, Faculty of Social Science, Universitas Negeri Semarang. The Supervisor is Moh. Aris Munandar, S.Sos., M.M. 182 Pages.

Keywords: *Botoh*, Pilkades, Local Winning Strategy

Botoh's a term for non-political elites who play the role of winning actors in Pilkades by executing a winning strategy by moving individually and in the winning team. The appearance of *botoh* in the Pilkades cannot be separated from the socio-political situation of the village community. *Botoh* played the role and carried out the winning strategy for the Pilkades by using local characteristics or characters. This aspect is part of an indicator of the role of political actors and the winning strategy on a local basis. The patterns that characterize a campaign strategy, such as the presence of actors, loyalty, mass mobilization, and convincing voters are other indicators of *botoh* as a representation of the village-level winning strategy. The formulation of the problem in this study are:

This research uses a qualitative approach that focuses on the role and strategy of *botoh* in winning the Pilkades based on local characters. The types of data used are primary data and secondary data. The data collection techniques used were interviews and documentation. This research uses qualitative analysis which includes data reduction techniques, data presentation and data conclusion.

The results of this study indicate that: The role of *botoh* in winning is carried out individually and in the winning team. The relationship between Cakades and *botoh* is in the form of a Patron-Client relationship, which is a relationship based on the exchange of resources. In addition, *botoh* acts as an intermediary (midleman) for Cakades and voters. The strategy taken by *Botoh* in winning the Pilkades was to use a winning strategy based on local characters. The winning strategy based on local characters is a winning step taken by the Head of Village and local political actors (*botoh*) who support him by utilizing local customs or traditions as a tool to achieve victory during the election period.

The suggestions put forward by the researcher are as follows: (1) the optimism of the *botoh* in winning the village head candidates is indeed too high because of their trust and interesting strategies. *Botoh* is considered an alternative step capable of mobilizing the masses and providing political awareness to the public. This has not been matched by paying attention to the prevailing laws and regulations, especially regarding elections. This aspect needs to be improved by the *botoh* in winning so that *botoh's* role as a volunteer gets positive recognition in village democracy. (2) The low level of political understanding in the village community seems to be an opportunity for *botoh*s. This is evidenced by the existence of *botoh* which is able to carry out the winning strategy very easily and simply. This is an urgency that needs to be addressed immediately.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Strategi Botoh dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Desa Berbasis Karakter Lokal di Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara Tahun 2019*". Penyelesaian skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial pada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang. Alhamdulillah selama penyusunan skripsi, mendapat dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fatkhur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Moh. Solehatul Mustofa, M.A., Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.
3. Drs. Tijan, M.Si., Ketua Jurusan Politik dan Kewarganegaraan Universitas Negeri Semarang.
4. Moh. Aris Munandar, S.Sos., M.M. Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberikan petunjuk dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Martien Herna Susanti, S.Sos., M.Si. dan Erisandi Arditama, S.I.P., M.A. Penguji I dan Penguji II yang telah memberikan arahan, petunjuk, serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Sugeng Istoyo, Amd., Bapak Saryo, Bapak Bina, Bapak Woto, Bapak Suhada, Bapak Rohim, selaku narasumber yang telah membantu memberikan data dan informasi untuk penelitian ini.
7. Almarhum Bapak Eko Prayitno dan Ibu Surti Arti selaku orang tua yang yang telah memberikan dukungan dan doa. Kakak saya Suci Nur Fa'idah dan Ginanjar Dwi Subekti yang selalu memberikan motivasi, nasihat dan dukungan.

8. Bapak Cahyo Seftyono, S.Sos., M.A., Ustad Mangku Alam, S.Sos., Dwi Hermawan, S.Pd., Anny Adhibah, S.Sos yang selalu memberikan semangat, motivasi dan jalan keluar di setiap kesulitan yang penulis hadapi.
9. Bapak dan Ibu Dosen Politik dan Kewarganegaraan beserta seluruh staf serta karyawan Jurusan Politik dan Kewarganegaraan.
10. Sahabat-sahabat saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memotivasi saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Teman-teman Program Studi Ilmu Politik angkatan 2016 serta semua pihak lainnya yang telah membantu selama proses pengerjaan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas amal kebaikan yang diberikan kepada penulis. Penulis berharap agar penelitian ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN KELULUSAN iii
PERNYATAAN iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
SARI vi
ABSTRACT vii
PRAKATA viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR SINGKATAN xii
DAFTAR BAGAN xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
E. Batasan Istilah 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9
A. Tinjauan Pustaka 9
B. Penelitian yang Relevan 38
C. Kerangka Berpikir 44
BAB II METODE PENELITIAN 46
A. Latar Penelitian 46
B. Fokus Penelitian 47
C. Sumber Data Penelitian 47
D. Teknik Pengumpulan Data 49
E. Uji Validitas Data 50

F. Teknik Analisis Data 51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 56
A. Gambaran Umum *Botoh* 56
B. Hasil Penelitian..... 61
C. Pembahasan 89
BAB V PENUTUP..... 104
A. Simpulan..... 104
B. Saran 105
DAFTAR PUSTAKA 107
LAMPIRAN..... 109

DAFTAR SINGKATAN

Cakades	: Calon Kepala Desa
DPT	: Daftar Pemilih Tetap
Kades	: Kepala Desa
Kadus	: Kepala Dusun
Kordes	: Koordinator Desa
Kordus	: Koordinator Dusun
Korte	: Koordinator RT
Pemilu	: Pemilihan Umum
Pilgub	: Pemilihan Gubernur
Pilkada	: Pemilihan Kepala Daerah
Pilkades	: Pemilihan Kepala Desa
Posyandu	: Pos Pelayanan Terpadu
PPK	: Panitia Pemilihan Kepala
RT	: Rukun Tetangga
RW	: Rukun Warga
SD	: Sekolah Dasar
SLTA	: Sekolah Lanjut Tingkat Atas
SMA	: Sekolah Menengah Atas
SMP	: Sekolah Menengah Pertama
TPS	: Tempat Pemungutan Suara

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir 45

Bagan 3.1 Triangulasi sumber pengumpulan data 51

Bagan 3.2 Komponen-komponen analisis data model interaktif 54

Bagan 4.1 Struktur *Botoh* 68

Bagan 4.2 Peran dan Struktur *Botoh* 90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2 Tempat Pemungutan Suara (TPS) 85

Gambar 4.3 Suasana area pemungutan suara 87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian 110

Lampiran 2. Pedoman Wawancara 114

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian..... 122

Lampiran 4. Surat Balasan Izin Penelitian 123

Lampiran 5. Surat Keterangan Dosen Pembimbing Skripsi 124

Lampiran 6. Rekap Daftar Pemilih Tetap Pemilihan Kepala
Desa Tahun 2019..... 125

Lampiran 7. Dokumentasi Rapat Penetapan dan Undian
Calon Kepala Desa Parakan Tahun 2019..... 126

Lampiran 8. Rekapitulasi Hasil Penghitungan Suara
Pemilihan Kepala Desa Parakan Tahun 2019..... 127

Lampiran 9. Dokumentasi Strategi *Botoh* Calon Kepala Desa Nomor 1..... 128

Lampiran 10. Dokumentasi Strategi *Botoh* Calon Kepala Desa Nomor 2..... 147

Lampiran 11. Hasil Wawancara 152

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Demokrasi Indonesia memiliki karakteristik yang beragam, terutama demokrasi di tingkat desa. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa disebutkan bahwa desa memiliki dua jenis, yaitu: (1) Desa atau yang disebut dengan nama lain mempunyai karakteristik yang berlaku umum untuk seluruh Indonesia; dan (2) Desa Adat adalah sebuah kesatuan masyarakat hukum adat yang secara historis mempunyai batas wilayah dan identitas budaya yang terbentuk atas dasar teritorial yang berwenang mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat Desa berdasarkan hak asal usul. Desa sebagai wadah pemerintahan yang paling bawah, menerima keadaan demokrasi yang demikian tak dapat diejakan satu persatu. Demokrasi desa di kemas dalam suatu pemilihan kepala desa (Pilkades).

Orang yang mencalonkan diri sebagai kepala desa, diharuskan untuk tidak bergantung atau tidak terikat dengan para pelaku politik seperti partai politik, melainkan harus *menggelar tikar untuk menyajikan wejangan politiknya* sendiri hingga mampu mengundang pemilih (masyarakat desa) supaya dapat berpihak kepada calon kepala desa tersebut (Tawakkal, 2017: 32). Untuk berkompetisi, calon kepala desa akan menggunakan segala sumber daya yang dimiliki. Semakin besar

sumber daya, maka semakin percaya diri untuk bersaing mengalahkan kandidat yang lain. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, orang-orang yang memiliki sumber daya tadi akan mengalami *keredupan power*, meski ada pula yang tetap bertahan walaupun ada orang-orang baru yang memiliki sumber daya yang mampu berpengaruh dalam masyarakat (Kartodirdjo, 1992: 200).

Dalam suasana desa yang mengalami modernisasi, Kartodirdjo (1992: 203) membagi jaringan sosial menjadi dua, yaitu *jaringan sosial ke dalam* dan *jaringan sosial ke luar*. Dimana suatu jaringan sosial dapat tercipta melalui hubungan dengan masyarakat di dalam desa itu sendiri, dan ada pula jaringan sosial yang didapatkan melalui hubungan dengan masyarakat yang berasal dari luar desa. Kedudukan seseorang akan kokoh di dalam masyarakat apabila ia mampu membentuk suatu jaringan hingga ia menjadi orang yang diandalkan oleh masyarakat terutama di dalam desa itu sendiri (Kartodirdjo, 1992: 204).

Selain itu, di desa juga dijumpai kelompok-kelompok sosial yang membuat pembatas abstrak tentang bagaimana masyarakat menjalani kehidupan sosial mereka (Kartodirdjo, 1992: 245). Artinya, masyarakat secara alamiah akan menggerombol sesuai dengan kelompok sosial yang dirasa pas serta nyaman bersama masyarakat yang lain. Dalam hal ini, Kartodirdjo (1992: 246-261) juga membagi kelompok sosial menjadi empat, yaitu: (1) kelompok lokalitas; (2) kelompok kekerabatan; (3) kelompok kelas tradisional; dan (4) kelompok sosio-keagamaan.

Kelompok sosial tersebut dapat digunakan oleh calon kepala desa untuk menyusun strategi pemenangan melalui pendekatan-pendekatan sesuai kultur di masing-masing kelompok.

Politik di Indonesia yang sudah membudaya ialah cenderung membuat pola *paternalisme* (nepotisme) baik di dalam penguasa maupun masyarakat (Martono, 2016: 355). Dimana segala yang berkaitan dengan politik selalu dihubungkan dengan keberadaan keluarga, karena dalam budaya yang masih berjalan ialah pemimpin dianggap sebagai "bapak" yang memberikan segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh "anak" yang kemudian membalasnya melalui dukungan maka semakin meningkat kemampuan mengayomi, maka semakin besar pula pengaruhnya (Martono, 2016: 355). Hal ini dapat terjadi bukan hanya pada saat penguasa itu sudah mendapatkan kewenangannya, melainkan juga pada proses pencalonan. Tidak jarang dijumpai hubungan keluarga yang mensukseskan pemenangan saat pemilihan. Dalam pihak yang sama juga terdapat orang-orang yang mengajukan diri untuk bertaruh dalam memenangkan calon kepala desa yang didukungnya. Ialah "*botoh*" orang yang berperan menjadi sukarelawan dalam tim pemenangan calon kepala desa dan mempertaruhkan dirinya untuk menentukan kemenangan (Fajariyah, 2014).

Berbicara tentang *botoh*, peran dan strategi *botoh* terhadap pemenangan dalam pemilihan kepala desa tahun 2019 di Desa Parakan, Kecamatan Purwanegara, Kabupaten Banjarnegara ini memberikan

harapan besar kemenangan perolehan suara bagi calon kepala desa itu sendiri.

Hal ini menjadi suatu kajian politik yang menarik untuk digali lebih mendalam, karena *botoh* yang bukan dari orang elit politik mampu berperan dan menjalankan strategi pemenangan dalam Pilkades. Salah satu yang dapat digali dari hal ini adalah bagaimana *botoh* menjalankan peran dan melakukan strategi pemenangan Pilkades, karena Pilkades merupakan suatu wujud demokrasi lokal maka dari itu penulis menyusun sebuah kajian penelitian yang berjudul *"Strategi Botoh dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Desa Berbasis Karakter Lokal di Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara Tahun 2019".*

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana peran dan strategi *botoh* dalam pemenangan pemilihan kepala desa di Desa Parakan tahun 2019?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui peran *botoh* dalam pemenangan pemilihan kepala desa di Desa Parakan tahun 2019.
2. Untuk mengetahui strategi *botoh* dalam pemenangan pemilihan kepala desa di Desa Parakan tahun 2019.

D. Manfaat Penelitian

Dari berbagai hal yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan yang didapat di perguruan tinggi serta hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkuat dan mengembangkan teori strategi politik dalam pemenangan berbasis karakter lokal.

2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu referensi bagi pengembangan kajian mengenai peran dan strategi pemenangan Pilkades berbasis karakter lokal.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi tambahan bagi masyarakat sebagai sumber referensi kajian mengenai peran dan strategi pemenangan Pilkades berbasis karakter lokal.

E. Batasan Istilah

Agar lebih jelas dan mudah dimengerti, maka peneliti menggunakan penegasan dalam memberikan pengertian judul penelitian, yaitu:

1. Peran dan Strategi

   Peran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah aktivitas yang dilakukan aktor politik untuk memenangkan Calon Kepala Desa. Sedangkan untuk strategi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu langkah yang dilakukan oleh aktor politik untuk mendapatkan perolehan suara sebanyak-banyaknya bagi Calon Kepala Desa yang diusungnya. Peran dan strategi dijalankan oleh *botoh* pada masing-masing tim pemenangan setiap Calon Kepala Desa.

2. *Botoh*

   Botoh adalah aktor yang bukan dari elit politik namun berani bertaruh dalam kemenangan Calon Kepala Desa serta berupaya melakukan strategi kampanye politik. *Botoh* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang berusaha mewujudkan kemenangan dalam Pilkades di Desa Parakan yang diharapkan oleh Calon Kepala Desa yang diusungnya atas dasar relasi untuk saling menguntungkan.

3. Tim Pemenangan

   Tim pemenangan adalah tim yang telah terorganisasi dibawah calon kepala desa guna menyusun strategi kampanye politik dan mengupayakan kemenangan pada pemilihan kepala desa. Tim pemenangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah gabungan dari *botoh-botoh* yang terorganisasi dalam garis koordinasi yang rapi dibawah satu kandidat Cakades di Desa Parakan.

4. Pemenangan Berbasis Karakter Lokal

   Pemenangan berbasis karakter lokal adalah langkah pemenangan dengan menggunakan sifat mendasar yang dimiliki berupa produk adat kebiasaan turun-temurun yang masih dijalankan dalam masyarakat setempat. Pemenangan berbasis karakter lokal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi politik yang dilakukan dalam pemenangan Pilkades di Desa Parakan untuk mendapatkan dukungan suara dari pemilih.

5. Pemilihan Kepala Desa (Pilkades)

   Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2014 tentang Pemilihan Kepala Desa, pemilihan kepala desa adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di desa dalam rangka memilih kepala desa yang bersifat langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pemilihan Kepala Desa atau yang disingkat menjadi Pilkades dalam penelitian ini adalah suatu proses demokrasi yang dilakukan oleh seluruh masyarakat di Desa Parakan dengan melalui pemilihan secara langsung di tempat yang sudah ditentukan.

6. Calon Kepala Desa (Cakades)

   Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Kepala Desa, Calon Kepala Desa adalah bakal calon Kepala Desa yang telah ditetapkan oleh panitia pemilihan sebagai calon yang berhak dipilih menjadi Kepala Desa. Calon kepala desa atau yang disingkat menjadi Cakades dalam penelitian ini adalah seseorang yang mencalonkan diri dalam kontestasi pemilihan kepala desa di Desa Parakan atas dasar tujuan yang ada pada visi misi yang dibuatnya, dan merasa dirinya memiliki sumber daya besar yang berpengaruh dalam masyarakat sehingga diharap mampu mendapatkan suara sangat tinggi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Peran dan Strategi

1) Teori Peran

Menurut Sesen (2015: 139) Teori peran adalah perspektif dalam sosiologi dan psikologi sosial yang menganggap sebagian besar aktivitas sehari-hari sebagai tindakan di luar kategori yang ditentukan secara sosial. Setiap peran sosial adalah seperangkat hak, tugas, harapan, norma dan perilaku yang harus dihadapi dan dipenuhi seseorang. Michener (dalam Sesen, 2015: 139) menyebutkan model tersebut didasarkan pada pengamatan bahwa orang berperilaku dalam cara yang dapat diprediksi, dan bahwa perilaku individu adalah konteks tertentu, berdasarkan posisi sosial dan faktor lain.

Peran dapat didefinisikan sebagai posisi sosial, perilaku yang terkait dengan posisi sosial, atau perilaku yang khas. Beberapa ahli teori telah mengemukakan gagasan bahwa peran pada dasarnya adalah harapan tentang bagaimana seorang individu harus berperilaku dalam situasi tertentu, sementara yang lain menganggap itu berarti bagaimana individu benar-benar berperilaku dalam posisi sosial tertentu. Menurut Coser (dalam

Sesen, 2015: 139) peran adalah perilaku karakteristik atau perilaku yang diharapkan, bagian yang akan dimainkan, atau rancangan untuk melakukan tindakan sosial.

Banyak ahli teori peran melihat Teori Peran sebagai salah satu teori paling menarik yang menjembatani perilaku individu dan struktur sosial (Sesen, 2015: 139). Peran, yang sebagian ditentukan oleh struktur sosial dan sebagian lagi oleh interaksi sosial, memandu perilaku individu. Individu, pada gilirannya, memengaruhi norma, harapan, dan perilaku yang terkait dengan peran. Pendekatan fungsionalis melihat peran sebagai seperangkat harapan yang ditempatkan masyarakat pada individu. Menurut definisi interaksionis dari Goffman (dalam Sesen, 2015: 139), peran tidak tetap atau ditentukan tetapi sesuatu yang terus-menerus dinegosiasikan antar individu. Hall (dalam Sesen, 2015: 140) mendefinisikan perilaku peran dapat diartikan sebagai pola perilaku yang dihasilkan oleh organisasi dengan menggabungkan karakteristiknya sendiri dan ekspektasi lingkungan.

2) Teori Strategi

Menurut Moertopo (1974: 3) strategi adalah keseluruhan rencana tentang tindakan dan keputusan yang bersifat intuitif, kesatuan dasar dan tujuan rencana memberikan warna atau ciri terhadap strategi tersebut. Strategi berasal dari pemikiran-

pemikiran orang yang memiliki satu tujuan yang secara garis besarnya sama.

Strategi politik adalah segala rencana dan tindakan untuk memperoleh kemenangan dan meraih kursi dalam Pemilu (Napir, 2016: 150-152). Strategi politik menciptakan berbagai kegiatan diantaranya menganalisa kekuatan atau potensi suara yang dapat di raih dan metode pendekatan yang di perlukan terhadap pemilih. Strategi terdiri dari tiga unsur, yaitu: tujuan (*ends*), sarana (*means*) dan cara (*ways*). Strategi politik adalah sebuah rencana yang sistematik yang digunakan untuk memenangkan setiap momentum perebutan kekuasaan.

Menurut Firmanzah (2007: 123), strategi politik merupakan suatu kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, massa mengambang, dan pendukung kandidat lain. Identifikasi perlu dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pemilihan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih.

Firmanzah (2007: 124-125) menyebutkan 3 (tiga) strategi politik, yaitu:

(a) Strategi penguatan;

(b) Strategi menanamkan keyakinan;

(c) Strategi pengenalan dan merebut.

Menurut Schroder (dalam Tjahjoko, 2015: 8), strategi kontestasi dalam pemenangan aktor ada dua, yaitu: *ofensif* dan *defensif*. Strategi *ofensif* adalah suatu cara untuk memperluas segmen pemilih dan menembus segmen pemilih baru. Strategi *ofensif* ini diperlukan oleh aktor pemenangan dalam rangka merebut massa sebanyak-banyaknya. Strategi *defensif* adalah suatu cara aktor pemenangan untuk mempertahankan basis massa pendukung dari serangan lawan politik. Dengan kata lain, aktor pemenangan membentengi basis massa pendukung sedemikian rupa agar mereka tidak terpengaruh bujukan dari lawan politik.

Strategi pemenangan adalah langkah yang di lakukan untuk membawa kandidat atau calon yang didukung oleh strategi politiknya menduduki jabatan yang di inginkan melalui pemilihan langsung. Sedangkan, strategi pemenangan berbasis karakter lokal merupakan langkah pemenangan yang di lakukan oleh kandidat bersama aktor politik setempat yang mendukungnya dengan memanfaatkan kebiasaan atau tradisi lokal sebagai alatnya untuk mencapai kemenangan pada masa pemilihan. Aktor politik yang dimaksud bukan dari golongan elit politik, mereka meletakkan kesetiaan kepada kandidat sebagai jaminan untuk menjalankan strategi.

a. Peran dan Strategi dalam Konteks Pemenangan Elektoral

Peran memiliki pengaruh yang sangat besar bagi pemenangan elektoral. Menurut Sesen (2015: 139) peran merupakan suatu aktivitas yang menjembatani perilaku individu dan struktur sosial. Individu dalam hal ini ialah aktor pemenangan, hal ini dapat diartikan bahwa pada pemenangan elektoral peran adalah model perilaku yang diharapkan dari tim pemenangan pada langkah yang dilakukan untuk memenangkan kontestasi politik dengan membaur pada struktur sosial supaya dapat diterima masyarakat sebagai calon pemilih.

Peran pada dasarnya adalah harapan tentang bagaimana seorang individu harus berperilaku dalam situasi tertentu, sementara yang lain menganggap itu berarti bagaimana individu benar-benar berperilaku dalam posisi sosial tertentu (Sesen, 2015: 139). Harapan atas kemenangan yang didapat dari elektoral, menjadi tekanan dan tuntutan dari kandidat calon kepala desa yang berkitan dengan peran dalam pemenangan. Aktor pemenangan menjalankan peran untuk pemenangan elektoral dengan cara masuk ke dalam struktur sosial dan menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk mendapatkan perhatian dari calon pemilih hingga sepakat untuk ikut memilih kandidat yang sedang dikenalkan. Aktor memanfaatkan peran yang ada pada dirinya seperti berperan sebagai sanak saudara dengan pemilih, maupun

berperan sebagai perantara yaitu bukan saudara namun memiliki kemampuan memanfaatkan jejaring sosialnya di wilayah setempat.

Hall (dalam Sesen, 2015: 140) mendefinisikan perilaku peran dapat diartikan sebagai pola perilaku yang dihasilkan oleh organisasi dengan menggabungkan karakteristiknya sendiri dan ekspektasi lingkungan. Dengan kata lain, peran memiliki karakteristik yang dihasilkan dari aktivitas yang dilakukan oleh aktor pemenangan serta dibebani oleh harapan untuk menang. Karakteristik itu muncul dari langkah pendekatan melalui peran yang dilakukan oleh aktor. Aktor dalam satu waktu dapat menunjukkan lebih dari satu peran, yaitu peran sebagai aktor pemenangan yang berupaya membujuk pemilih dan disisi lain meyakinkan pemilih dengan berperan sebagai orang yang memiliki status hubungan dengan pemilih.

Langkah-langkah yang dilakukan oleh aktor pemenangan ialah disebut dengan strategi. Strategi politik adalah segala rencana dan tindakan untuk memperoleh kemenangan dan meraih kursi dalam Pemilu (Napir, 2016: 150-152). Strategi digunakan oleh aktor pemenangan sebagai pola untuk mendapatkan kemenangan yang diharapkan.

Strategi pemenangan dapat berjalan atas kontribusi dari aktor pemenangan. Aktor menjalankan strategi politik berupa identifikasi besaran pendukungnya, massa mengambang, dan

pendukung kandidat lain (Firmanzah, 2007: 123). Strategi tersebut diwujudkan oleh aktor melalui suatu pendekatan yang bersinggungan dengan nilai sosial setempat dengan tujuan lebih mudah diterima oleh masyarakat (pemilih).

Aktor pemenangan melakukan strategi untuk mendapatkan suara dan mempertahankan suara. Strategi ini berkaitan dengan 2 (dua) strategi pemenangan aktor yang disebutkan oleh Schroder (dalam Tjahjoko, 2015: 8), yaitu: (1) Strategi *ofensif* yang menjadi penentu bagi aktor pemenangan, apakah dia diterima oleh pemilih atau tidak. Semakin banyak dia memperluas segmen pemilih dan menembus pemilih baru, semakin besar peluangnya untuk meraih suara banyak. (2) Strategi *defensif* dimana aktor harus dipastikan menjamin kecukupan kebutuhan massa pendukung agar mereka tidak menerima pemberian uang, barang, dan jasa dari lawan politik. Ketika mereka berhasil dipengaruhi untuk menerima uang, barang, dan jasa dari lawan politik, maka pertahanan basis massa pendukung rentan dan suara mereka akan beralih ke lawan politik.

Peran dan strategi berfokus pada aktor pemenangan elektoral dan dalam pendekatannya memiliki pola yang berbeda. Jadi, dapat dikatakan bahwa aktor pemenangan diharapkan bertindak (berperan) dan menjalankan strategi sesuai dengan posisi dan kemampuannya.

b. Pemenangan Elektoral Berbasis Karakter Lokal

Aktivitas yang dihasilkan dalam pemenangan memiliki karakteristik di setiap tim pemenangan. Karakteristik tersebut muncul sebagai suatu wujud kebiasaan masyarakat setempat. Dalam hal ini membutuhkan pendekatan yang mudah diterima yaitu dengan melakukan strategi pemenangan elektoral berbasis karakter lokal. Pemenangan berbasis karakter lokal adalah sebuah praktik pemenangan dimana strategi pemenangan dilakukan melalui sarana kebiasaan masyarakat. Dengan demikian, seperti yang dikemukakan oleh Purwo Santoso (dalam Paskarina dkk, 2016: 299) bahwa, proses demokratisasi haruslah berangkat dari konteks sosial budaya dan politik yang nyata.

Erat kaitannya pada pemenangan elektoral sangat membutuhkan kehadiran aktor, perlu disampaikan pelaku pemenangan atau aktor yang berperan untuk menjalankan strategi. Pembahasan tentang aktor lokal telah dibahas oleh Sjaf (2014: 49-51) yang menyebutkan 5 (lima) tipologi pelaku politik identitas (lokal):

- *Aktor-individu* menyatakan bahwa politik identitas sarat dengan tindakan individu yang terkait dengan perannya. Selain itu, aktor yang dimaksud pada tipologi ini adalah individu seseorang.

- *Aktor-kelompok*, yaitu politik identitas ditentukan kelompok dari individu-individu masyarakat. Identitas individu tidak dapat dilepaskan dengan konteks kelompoknya, baik etnik, ras, agama, maupun gender. Dengan kata lain, tipologi ini menekankan bahwa aktor politik identitas adalah kelompok-kelompok identitas yang ada di dalam masyarakat.
- *Aktor-struktur-komunikatif* yaitu individu dan kelompok yang berada satu garis kontinum dalam pembentukan identitas. Artinya, identitas bersama tidak akan terbentuk, manakala tidak adanya kesepakatan yang diperoleh melalui komunikasi antarindividu dan kelompok. Konstruksi identitas bersama merupakan resultan yang diperoleh individu-kelompok dalam tindakan komunikatif.
- *Struktur-individu* bahwa tipologi ini melihat politik identitas dikendalikan diluar kendali aktor, dimana aktor tidak mempunyai kekuatan untuk menentukan ciri dan karakteristik identitasnya.
- *Struktur-kelompok*, kehadiran kelompok-kelompok identitas sebagai suatu realitas alamiah senantiasa diperhadapkan atau dipertentangkan antara satu dengan lainnya.

Dari penjelasan diatas individu dan kelompok adalah aktor yang tindakannya tidak selalu ditentukan struktur dan tempat aktor tersebut berada. Sebaliknya, aktor dengan leluasa mampu

mengontraksi identitas yang ada dalam dirinya. Meski demikian, pengalaman, kesejahteraan, dan latar belakang kehidupan sosial tidak dapat dikesampingkan karena memberikan pengaruh terhadap tindakan aktor yang bias identitas. Inilah konteks dari perspektif *aktor-struktur* (tipologi 6) yang memberikan gambaran bahwa aktor tidak dapat menghindar dari tekanan struktur diatasnya, melainkan mampu mengonstruksi kondisi yang ada sesuai dengan konteks kepentingan yang dimiliki aktor tersebut (Sjaf, 2014: 51-52). Konstruksi yang dilakukan aktor tersebut ditentukan habitus dan kekuatan aktor dalam menyusun strategi untuk mempertahankan kekuasaannya.

Pemenangan berbasis karakter lokal tersebut perlu diwujudkan dengan cara melibatkan aktor lokal serta langkah-langkah yang tidak menghilangkan tatanan lokalitas setempat. Aktor lokal merupakan orang yang berdomisili di daerah setempat dan memiliki kewajiban menjalankan strategi pemenangan baik yang berdasar inisiatifnya sendiri maupun atas dasar tuntutan dari tim pemenangan dan kandidat calon kepala desa. Perihal tersebut selaras dengan yang disampaikan Paskarina dkk (2016: 301) bahwa aktor merupakan orang yang memiliki kemauan dan kepedulian untuk mengambil prakarsa tindakan, baik secara individu, maupun secara bersama (kolektif) untuk memperjuangkan kepentingan

publik mereka, melalui aksi pencerahan, penyadaran, advokasi dan mobilisasi warga masyarakat.

Dalam konteks politeknik (multikulturalisme) aktor selalu bertindak mencerminkan latar belakang identitas lokalnya. Konsep struktur pembentukan identitas etnik tersebut dapat disejajarkan dengan konsepsi habitus Bourdieu, yaitu aktor merefleksikan segala tindakannya yang dipengaruhi oleh struktur identitas etniknya dan pengalaman pribadi aktor (Sjaf, 2014: 317). Dengan kata lain, pemenangan elektoral berbasis karakter lokal tidak lepas dari peran aktor pemenangan yang menjalankan strategi dengan pengaruh latar belakang struktur identitas lokalnya.

Demokrasi Pancasila merupakan cara berdemokrasi yang memberikan ruang kepada seluruh komponen anak bangsa yang memiliki ragam perbedaan latar belakang (budaya, agama, dan ras) untuk berkontribusi bagi perbaikan dan kemajuan bangsa dan negeri ini (Sjaf, 2014: 318). Indonesia yang terdiri dari daerah dengan karakter yang beragam, mempengaruhi cara pemenangan serta memiliki kekhasan cara berpolitik. Hal tersebut dapat dilihat pada kajian-kajian terdahulu tentang strategi pemenangan elektoral berbasis lokal, yang diantaranya:

Pertama, aktor politik lokal pada elektoral di Banten yaitu Jawara. Jawara terlahir sebagai murid Kyai dan berada di bawah bayang-bayang charisma kepemimpinan Kyai. Paska orde baru,

Jawara mengalami transformasi selanjutnya dengan mengokohkan peranannya sebagai elit paling dominan dengan menguasai jabatan Gubernur Banten. Dominasi yang awalnya ditegakkan dengan kekerasan di awal terbentuknya Provinsi digantikan oleh penggunaan otoritas formal dan politik uang dengan tetap mempertahankan kekuatan massa (Hamid, 2010: 44-45). Selain itu, praktik *magic* di Banten juga sudah dimanfaatkan oleh para calon untuk bisa memperoleh kemenangan elektoral (Humaeni, 2014: 25-26). Dalam kehidupan politik lokal di Banten, sudah menjadi pengetahuan umum bahwa sebagian orang yang mau mencalonkan diri menjadi calon kepala desa, calon bupati, calon anggota dewan, bahkan calon gubernur mendatangi para kiai baik untuk bersilaturahmi, meminta doa restu, meminta dukungan politis, bahkan meminta doa-doa atau *wiridan* atau mantra tertentu agar mereka berhasil dalam proses pemilihan. Dukun-dukun yang didatangi ialah yang dikenal memiliki kemampuan *magic* dan sudah memiliki reputasi baik dan banyak pengalaman dalam membantu para pejabat atau politikus yang ingin memenangkan pemilihan.

Kedua, politik lokal di Kendari yang menunjukkan fenomena pertarungan aktor dalam arena ekonomi politik lokal tidak dapat dipisahkan dengan perebutan kekuasaan politik. Strategi-strategi yang digunakan aktor dalam arena ekonomi politik

lokal bertujuan merebut kekuasaan politik dalam rangka mengokohkan legitimasi yang dimilikinya (Sjaf, 2014: 294). Umumnya, aktor yang terlibat dalam arena ini memiliki modal simbolik, antara lain, termasuk golongan bangsawan pada pelapisan sosial tradisional, ketua atau tokoh dari paguyuban kelompok etnik, memiliki status yang diakui masyarakat. Sementara itu, modal simbolik kelompok etnik adalah stigmanisasi etnik, tokoh legendaris, pelapisan sosial tradisional, etnik mayoritas, dan kekuasaan simbolik. Aktor dibagi menjadi dua yaitu: (1) aktor dalam (*in-actor*) adalah aktor yang lahir dan besar di Kendari atau Sulawesi Utara, serta mengalami berbagai peristiwa pergesekan bahkan benturan antaretnik di arena ekonomi politik lokal. Pergesekan tersebut yang kemudian membentuk persepsi aktor tentang etnisitas. Pengalaman inilah yang menyebabkan aktor tak dapat memisahkan diri dengan praktik-praktik dominasi dan terdominasi yang terjadi antaretnik. (2) aktor luar (*out-actor*) adalah aktor yang lahir di Kendari (Sulawesi Utara) tetapi besar di luar daerah. Hasil interaksinya dengan pengalaman di luar Kendari menyebabkan aktor memiliki persepsi sendiri tentang *distingsi* identitas etnik dan perlakuannya. Untuk itu, ketika aktor memiliki kepentingan di arena ekonomi politik lokal, aktor tidak dominan menggunakan identitas etnik sebagai instrumen (Sjaf, 2014: 157-158).

Ketiga, relasi kuasa pada demokrasi lokal di Bali sebagai strategi untuk memenangkan Pilkada Kabupaten Badung. Relasi kuasa ini dilakukan oleh Partai Politik dengan masyarakat di Bali. Gejala baru dinamika politik lokal tidak bisa dilepaskan dari peran-peran baru dari berbagai jenis aktor baik yang berasal dari masyarakat politik (domain negara), masyarakat ekonomi (domain pasar/bisnis) dan masyaraklat sipil (domain masyarakat sipil) (Wisnumurti, 2012: 135-137). Ketiga jenis aktor ini pada kenyataannya kini sedang saling melakukan *positioning* untuk memperebutkan sumber-sumber kekuasaan lokal di dalam pilkada langsung. *Positioning* perebutan suber-sumber kekuasaan mulai tampak pada proses awal ketika pilkada langsung digulirkan. Segmentasi masyarakat politik utamanya digerakkan oleh partai politik mulai menyampaikan wacana rekruitmen calon dari kader-kader partai untuk kemudian dimunculkan dalam wacana publik. Perubahan di aras lokal ini telah membawa dampak pada formasi baru tentang relasi kuasa dan hegemoni antara masyarakat politik, masyarakat ekonomi dan masyarakat sipil. Sebagaimana kelaziman kekuasaan, ada pihak-pihak yang kehilangan kekuasaan ada pula yang mendapatkan kekuasaan baru.

Keempat, elite lokal dalam pemenangan Pilkada Kalimantan Timur. Ada empat strategi yang digunakan elite untuk memperoleh kemenangan, yaitu mengolah posisi dan peran kebangsawanan,

patronase, investasi utang budi, dan memenuhi harapan masyarakat (Tjahjoko, 2015: 13). Dalam kasus yang diteliti, kontestan terlibat secara aktif dalam "mengolah" peran dan posisinya sebagai bangsawan dalam rangka mencitrakan dirinya sebagai *problem solver*. Artinya, ia mencitrakan diri sebagai seorang bangsawan yang dermawan dengan membagi-bagikan materi dan non-materi. Pemberian materi dan non-materi tersebut merupakan investasi berupa utang budi yang besar hingga masyarakat sebagai klien tidak bisa membalas. Kebijakan 'sinterklas' tersebut dilakukan dalam rangka memenuhi harapan masyarakat dan dengan demikian elite mendapatkan sarana untuk mencitrakan dirinya sebagai *problem solver* atas berbagai masalah, baik kemiskinan, kebodohan, maupun perlindungan terhadap masyarakat. Dalam hal ini, berlaku penalaran elite bahwa dia perlu mengikat batin masyarakat dengan memenuhi kebutuhan dasar mereka sehingga mereka loyal kepadanya, dan keterikatan batin itu dirajut melalui pemberian materi dan non-materi.

Berdasarkan dari 4 (empat) analisis di atas, pemenangan elektoral berbasis karakter lokal melibatkan aktor-aktor lokal yang memiliki sumber daya baik itu finansial (materi), berpengaruh besar di lingkungan setempat, gelar atau jabatan tinggi, serta tidak dipungkiri pula memiliki jejaring sosial dan basis massa yang tidak sedikit. Sehingga tidak diragukan lagi aktor-aktor lokal itu

digunakan dan dimanfaatkan keberadaannya (peranannya) untuk menjadi bagian dari strategi pemenangan. Selain dari sudut pandang aktor, strategi pemenangan juga memanfaatkan kultur sosial setempat yang sudah ada sejak lampau untuk dielaborasikan menjadi suatu langkah politik yang *sopan*. Pada kenyataannya, politik dan kekuasaan mendorong sidementasi lokalitas yakni menguatnya semangat kedaerahan dalam menentukan pilihan politik (Wisnumurti, 2012: 159).

2. *Botoh* dalam Perspektif Sosio-Kultural

Botoh adalah orang-orang yang mempertaruhkan peluang mereka dalam pemilihan kepala desa, yang berarti mereka memiliki minat untuk memenangkan salah satu kandidat yang didukung dengan mereka untuk memenangkan taruhan menggunakan semua strategi kemenangan yang mereka miliki (Darry dan Permana, 2019: 2). *Botoh* merupakan aktor lokal atau sebutan bagi orang bukan elit politik yang berperan dalam pemenangan Pilkades dengan cara menjalankan strategi pemenangan.

2.1. *Botoh* dalam Konteks Politik Lokal

Botoh dalam pemenangan Pilkades di Desa Parakan merupakan relawan, seperti yang disebutkan dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (PKPURI) Nomor 4 Tahun 2017 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan

Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota bahwa Relawan adalah kelompok orang yang melakukan kegiatan/aktivitas untuk mendukung Pasangan Calon tertentu secara sukarela dalam Pemilihan. Menurut Kartodirdjo (1992: 281) *botoh* merupakan orang yang menjadi penasehat atau ahli siasat seorang Calon Kepala Desa untuk bisa memenangkan elektoral. *Botoh* memiliki banyak pengalaman tentang Pilkades yang didapatkan dari keikutsertaan pada pemenangan Pilkades masa sebelumnya. Hadirnya *botoh* dalam pemenangan pilkades ialah ada yang menyediakan diri dan ada juga yang diminta oleh Calon Kepala Desa, yang dalam hal ini *botoh* hadir karena didasari oleh rasa suka rela untuk menjadi relawan pemenangan.

Botoh memosisikan dirinya sebagai patron untuk menghegemoni masyarakat melalui pemberian, serta menaati regulasi dan prosedur demokrasi yang diatur oleh pemerintah (Tjahjoko, 2015: 193). Terdapat dua ruang gerak *botoh*, yaitu: (1) *botoh* bergerak secara individu, *botoh* ini menjalankan strategi pemenangan secara personal dan membangun strategi berdasar pada inisiasi nya sendiri dengan menyesuaikan kondisi sosial masyarakat setempat; (2) *botoh* bergerak dalam tim pemenangan. Tim pemenangan ini merupakan gabungan dari *botoh-botoh* yang terorganisasi dalam garis koordinasi yang

rapi. Disamping itu, *botoh* mewujudkan kemenangan dengan cara melakukan pendekatan secara langsung kepada calon pemilih dengan tujuan mengumpulkan suara sebanyak-banyaknya serta memperluas segmen pemilih, kemudian mempertahankan basis massa pendukung supaya tidak jatuh pada lawan politik. Cara kerja *botoh* ini menggunakan teori strategi kontestasi yang disebutkan oleh Schroder (dalam Tjahjoko, 2015: 8), yaitu *ofensif* (mendapatkan) dan *defensif* (mempertahankan).

2.2. Keterkaitan *Botoh* dengan Politik Elektoral Ditingkat Lokal (Pilkades)

Teori demokrasi Barat tidak bisa terlepas dengan sistem nilai yang memengaruhinya, yaitu individualisme, sedangkan budaya yang berlaku di Indonesia mengedepankan kebersamaan (komunal), kekerabatan dan gotong-royong. Sistem nilai budaya yang ada dalam masyarakat itulah yang memengaruhi cara pandang, sikap, dan perilaku masyarakat (dalam Tjahjoko, 2015: 196). Seperti halnya dengan *Botoh* yang hadir dalam konteks politik lokal. Selain itu, hadirnya *botoh* juga dipengaruhi oleh adanya desentralisasi, dimana menurut Aspinall dan Fealy (dalam Tjahjoko, 2015: 25) adanya otonomi desa berimplikasi pada kebangkitan aktor lokal yang memanfaatkan tradisi atau adat, agama, dan budaya sebagai basis mobilisasi massa. Nalar

aktor lokal sering berlawanan dengan nalar demokrasi seperti yang tertuang dalam Undang-Undang (Tjahjoko, 2015: 193-194). Keberadaan *botoh* mencampur-adukkan politik lokal (patronase) dengan politik nasional (demokrasi) sebagai basis memperoleh dukungan massa. Oleh karena *botoh* memanfaatkan adat, budaya, dan agama, maka pemberian materi dan non-materi sebagai perekat relasi patron-klien dianggap hal yang wajar.

Teks demokrasi sebagai "pesta rakyat", sehingga diterjemahkan sebagai kegitan *hura-hura*, ada kecenderungan mulai bergeser, melalui konstruksi politik sebagai "milik masyarakat", sehingga masyarakat patut menjaga, "pesta rakyat" dimaknai sebagai upaya rakyat memilih pemimpin secara damai dan beradab. Tumbuhnya kesadaran ideologi budaya dengan menggunakan pendekatan adat dan budaya sebagai nilai bersama, menunjukan menguatnya sedimentasi lokalitas masyarakat tentang rasa aman dan nyaman yang awalnya berada di luar diri menjadi tercipta dan diciptakan oleh diri (Wisnumurti, 2012: 161-162). Hal tersebut menjadi pengantar bahwa munculnya *botoh* dalam pemilihan kepala desa tidak lepas dari keadaan sosial politik masyarakat desa. Pendekatan yang di lakukan oleh *botoh* kepada pemilih, menggunakan

langkah-langkah berupa strategi berbasis karakter lokal yang khas.

3. Peran dan Strategi *Botoh* dalam Konteks Pemenangan Politik Berbasis Karakter Lokal di Pilkades

3.1. Patronase

Pemenangan politik lokal bermuara dalam tradisi atau adat istiadat yang sudah menjadi sistem nilai budaya dalam kehidupan masyarakat (Tjahjoko, 2015: 190). *Botoh* memanfaatkan adanya relasi patron-klien yang cenderung mengikat batin dan berlangsung secara terus-menerus. Penghargaan dan pemanfaat terhadap kekuatan organisasi masyarakat sipil termasuk tokoh-tokoh masyarakat sebagai bentuk sifat menghormati (rendah hati) para calon memberikan kesan merakyat para Calon Kepala Desa untuk berlomba-lomba mendekati rakyat. Inilah pesona budaya politik lokal yang dapat memperkuat basis budaya demokrasi lokal.

Hubungan patron klien pada umumnya berkenaan dengan penguasaan sumber daya yang timpang, hubungan yang pribadi, dan berdasarkan asas saling menguntungkan (Chalik, 2017: 221). Patron memiliki sumber daya berupa kekuasaan, perlindungan, perhatian, dan memiliki sumber daya berupa materiil sedangkan klien memiliki sumber daya berupa

dukungan, tenaga, dan loyalitas (Saleh, 2009: 8). Pola hubungan yang bersifat *clientelistic* ini tumbuh dan berkembang karena ada orang ketiga yang menjadi perantara, atau yang disebut sebagai *broker* atau *middleman*.

Scott (dalam Saleh, 2009: 27) menjelaskan bahwa hubungan Patron-Klien adalah hubungan antara dua pihak yang menyangkut seperangkat atau sejumlah hubungan pertemanan, bahwa orang yang menggunakan pengaruh atau sumber dayanya, terutama yang bersifat ekonomis yang dimilikinya, memberikan perlindungan atau keuntungan kepada pihak atau orang yang status ekonominya rendah, dalam hal ini Klien. Sebaliknya, Klien tersebut memberikan imbalan nya berupa dukungan dan dananya termasuk pelayanan-pelayanan yang bersifat personal atau pribadi terhadap Patron.

Saleh (2009: 29) menyebutkan karakter hubungan Patron-Klien menurut Roniger yang diidentifikasikan menjadi beberapa, yaitu:

a) Hubungan Patron-Klien adalah partikularistik atau khusus dan menyebar.
b) Hubungan Parton-Klien adalah hubungan yang sangat selektif.
c) Hubungan patron-Klien bercirikan pertukaran simultan antara dua tipe sumber dan jasa yang berbeda.

d) Patron dan Klien menerima keterikatan hubungan mereka secara mutlak atau tanpa syarat.
e) Hubungan klientelisme terbentuk antara individu-individu yang berbeda status (tinggi dan rendah).

Menurut Saleh (2009: 97-102) hubungan Patron-Klien bisa muncul karena kesamaan ideologi, kesamaan alumni, saling percaya serta sejumlah unsur budaya lokal yang menunjang munculnya budaya Patron-Klien seperti adanya hubungan kekerabatan, pertemanan, kesamaan suku dan budaya. Pertukaran sumber daya antara Patron dan Klien cenderung hanya menguntungkan pihak Patron. Melalui dampak yang demikian, ketika Patron merasa bahwa kepemilikan sumber daya pada diri Klien tidak lagi menjamin loyalitas, dukungan dan pengabdiannya termasuk komponen lain seperti yang dibutuhkan Patron, selesai sudah hubungan itu.

3.2. Jaringan Sosial Berbasis Patronase Lokal

Selain patronase, ada hal lain yang menjadi cara kerja *Botoh* dalam melakukan pemenangan politik, yaitu membangun dan memaksimalkan jaringan politik berbasis patronase. Jaringan tersebut digunakan *botoh* dalam melakukan hubungan patron-klien. Selain dengan tim pemenangan, setiap *botoh* memiliki kekuatan jaringan lokal baik dengan pemilih maupun dengan tokoh masyarakat setempat.

Menurut Kartodirdjo (1992: 271) jaringan sosial merupakan perkumpulan lebih dari tiga orang yang berikatan sosial tidak resmi (informal) serta memiliki karakteristik tersendiri serta hubungan sosial ditandai dengan hubungan yang dibangun secara terus-menerus sehingga menimbulkan hubungan yang semakin erat dan memiliki solidaritas yang tinggi. Karakteristik yang muncul pada suatu jaringan sosial dihasilkan dari pertemuan yang lebih mendalam, sehingga secara psikologis ini dapat mempengaruhi kepribadian anggota-anggotanya.

Jaringan sosial mampu menumbuhkan popularitas ketokohan, tergantung dimana seseorang membangun jaringan itu (Mariana dkk, 2017: 52). Semakin orang itu dikenal, maka semakin ia akan dipercaya oleh suatu kalangan mayoritas. Partisipasi serta integritas tinggi yang dilakukan untuk kelompok sosialnya, mampu membawa ia pada keelitan yang menjadikannya disegani oleh anggota kelompok (Kartodirdjo, 1992: 272).

Kartodirdjo (1992: 245-261) menyebutkan jaringan sosial dibentuk dalam suatu kelompok sosial yang sudah dibagi menjadi beberapa, yaitu:

a. Kelompok Ketetanggaan atau Kelompok Lokalitas

Kelompok sosial ini berdasarkan pada kondisi geografis suatu desa, karena memiliki lokasi tempat tinggal yang sama maka dapat diidentifikasikan sebagai anggota kelompok dusun tertentu. Dari kelompok lokalitas ini dapat menghasilkan komunitas-komunitas lain seperti kader posyandu (pos pelayanan terpadu), perkumpulan remaja dusun, anggota kelompok tani, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan memajukan dusun bersama-sama.

b. Kelompok Kekerabatan

Hubungan sosial yang berasal dari hubungan darah atau garis keturunan yang telah dibina dari seseorang lahir. Anggota kelompok ini memperkuat hubungan melalui silaturahmi (berkunjung ke rumah anggota yang lain), semakin sering mereka mertemu dan berkumpul maka ikatan dalam kelompok ini semakin erat.

c. Kelompok Kelas Tradisional

Kelompok kelas tradisional berasal dari status sosial yang dimiliki oleh orang di desa. Status sosial didapatkan berdasar garis keturunan (priyayi), pendatang dari luar desa, orang yang memiliki tingkat ekonomi menengah kebawah, orang yang memiliki tingkat ekonomi menengah keatas, atau orang yang memiliki tanah garapan (sawah) yang luas.

d. Kelompok Sosio-Keagamaan

Kelompok sosio-keagamaan ini didasarkan pada sistem kepercayaan yang dianut oleh masyarakat desa. Kelompok sosial-keagamaan dibagi menjadi beberapa kelompok, yaitu: (1) mereka yang memegang nilai-nilai kepercayaan asli; (2) mereka yang beragama Islam namun masih menggunakan nilai-nilai kepercayaan; serta (3) mereka yang kental dengan agama Islam nya dan sudah mengabaikan nilai kepercayaan.

3.3. Mobilisasi Massa

Pemenangan politik lokal yang dilakukan oleh *botoh* selain berbasis patronase dan jaringan sosial, yaitu dengan cara mobilisasi massa. Mobilisasi masa ini dilakukan untuk mendapatkan basis suara pemilih. *Botoh* mengawali pendekatan pada masyarakat untuk menjalankan cara ini dengan memanfaatkan jaringan sosial yang dimilikinya serta hubungan relasi patronase bersama masyarakat setempat.

Untuk mempermudah dalam memobilisasi massa, dapat dilakukan melalui suatu kelompok-kelompok sosial. Karena dalam kelompok sosial ini sudah tercipta jaringan komunikasi yang paten (*established*), ada anggota yang berkemampuan memimpin, rantai sosial yang saling terikat, simbol sosial yang

sudah saling dimengerti, serta ada partisipasi dari anggotanya (Sukmana, 2016: 159).

Kartodirdjo (1992: 282-283) menyebutkan dua cara mobilisasi massa yang perlu dilakukan oleh seorang calon kepala desa, yaitu:

a. Cara formal

Cara formal merupakan suatu pendekatan calon kepala desa kepada masyarakat melalui pertemuan dengan mengundang anggota masyarakat, biasanya kegiatan ini sudah di atur oleh tim penyelenggara Pilkades di desa itu. Dalam hal ini, calon kepala desa bertemu langsung dengan sebagian besar masyarakat dalam pertemuan di suatu tempat yang sudah ditentukan;

b. Cara informal

Cara informal adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara menemui secara langsung setiap masyarakat yang dapat dilakukan oleh calon kepala desa, kader, saudara/ keluarga calon kepala desa, dan pendukung. Hal utama yang dilakukan dalam cara informal ini adalah melakukan pendekatan, mempengaruhi, dan menggerakkan masyarakat untuk turut serta dalam kegiatan yang bertujuan untuk mengumpulkan suara pendukung. Melihat situasi di pedesaan, pendekatan informal lebih besar peluang untuk

mendapatkan banyak massa, Dalam hal ini, terbentuk hubungan dekat sehingga dapat terbentuk suatu jaringan sosial yang baru.

3.4. Kampanye Politik

Penggunaan simbol-simbol budaya seperti penggunaan istilah-istilah lokal yang selalu melekat pada diri kandidat, *botoh* dan tim pemenangan ketika melakukan kegiatan kampanye memberikan suasana tradisional dalam perhelatan politik modern menjadi sangat kental. Selain itu, strategi kampanye dengan menggunakan pendekatan budaya lokal dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat (pemilih).

Kampanye politik menurut Arifin (2011: 154) merupakan suatu penerapan komunikasi politik untuk membentuk citra dan opini publik yang positif, agar terpilih dalam suatu pemilihan. Kampanye digunakan untuk memikat hati pemilih agar dapat dimenangkan oleh seorang calon kepala desa, demikian yang disebutkan oleh Arifin (2011: 154-155) tentang empat sasaran kampanye politik:

a. Menyegarkan kembali loyalitas dari pengikut setia dari seorang tokoh yang mencalonkan diri dalam pemilu;
b. Membangkitkan loyalitas anggota kelompok sosial agar memilih seorang calon kandidat yang akan dipilih;

c. Melakukan mobilisasi massa dan menciptakan pendukung baru dari kelompok-kelompok sosial lainnya;
d. Meyakinkan pemilih dari pendukung kandidat lain dengan cara meyakinkan melalui keunggulan visi, misi, dan program politik lainnya yang akan dilakukan.

Untuk mencapai empat sasaran kampanye diperlukan *manajemen kampanye* dengan merumuskan gagasan dan tema kampanye, menyusun perencanaan, pengorganisasian, penganggaran, pelaksanaan, evaluasi dan seterusnya untuk membangun citra politik dan membentuk opini publik yang positif, kemudian dari ini muncul yang disebut "tim sukses" (Arifin, 2011: 155).

Arifin (2011: 156-157) membagi tiga jenis kampanye politik guna mendapatkan massa pemilih yang maksimal, yaitu:

a. Kampanye dialogis

Kampanye dialogis merupakan kampanye tanpa menggunakan media atau lebih dikenal dengan istilah kampanye tatap muka, dimana seorang calon kandidat atau yang mewakili (tim pemenangan) berjumpa dengan pemilih baik beberapa hingga ratusan orang melalui media dialogis.

b. Kampanye monologis

Kampanye monologis adalah kampanye yang dilakukan di tempat luas terbuka, ditujukan untuk massa dengan gaya

retorika (tanpa dialog). Selain itu, kampanye ini dapat juga menggunakan media massa seperti televisi, radio, iklan, spanduk dan sebaginya yang dapat menjangkau massa sebanyak-banyaknya.

c. Kampanye organisasi

Kampanye organisasi merupakan kampanye yang dilakukan dengan cara melakukan pendekatan melalui suatu partai politik atau organisasi-organisasi sosial yang memiliki basis massa yang besar.

Dinamika demokrasi di Indonesia membawa berbagai pengaruh dalam kehidupan masyarakat. Sampai saat ini banyak partai politik yang lebih mengedepankan figur daripada program yang realistis. Figur tersebutlah yang "dijual" kepada pemilih dalam "dagangan" partai di dalam elektoral (Loisa dan Setyanto, 2012: 722). Kampanye terjadi serangkaian tindakan yang ditujukkan untuk membujuk sejumlah besar masyarakat (pemilih). Di sini terlihat bahwa untuk mencapai efek yang diharapkan, penting sekali untuk mengenal siapa yang menjadi target dan apa yang dinilai penting dan tidak penting oleh mereka. Dengan kata lain perlu untuk menggali budaya dari lingkungan sosial setempat. Kampanye berbasis karakter lokal ini menjadi suatu dasar yang perlu diketahui oleh *botoh* supaya apa yang ditawarkannya mudah diterima oleh pemilih.

Pada dasarnya, kampanye politik merupakan suatu alat bagi *botoh* untuk memberikan pemahaman kepada pemilih bahwa seorang calon kandidat yang diusungnya itu pantas dan layak menjadi pemimpin di Desa serta untuk mewujudkan kelayakan ini perlu dilakukan pembuktian setelah calon ini terpilih atas perolehan suara pemilih terbanyak dalam pemilihan umum. Dengan cara tersebut kembali pada tujuan *botoh* di awal yaitu *botoh* berupaya mencari, mendapatkan, dan mempertahankan basis suara supaya tidak jatuh ke lawan kandidat.

B. Penelitian yang Relevan

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh George Towar Ikbal Tawakkal (2017) (Universitas Brawijaya) yang berjudul, "*Gapit*: Jaringan Mobilisasi Suara di Pilkades" diterbitkan dalam Jurnal Politik Indonesia: *Indonesian Political Science Review*. Temuan dalam penelitian ini adalah terdapat sebuah fenomena yang terjadi pada Pemilihan Kepala Desa di Mranggen tahun 2016 yaitu adanya makelar suara yang disebut *Gapit*. *Gapit* dibentuk untuk memobilisasi massa. Orang yang bersedia menjadi *gapit* berlatar belakang karena gengsi, *wonge dewe*, dan materi (Tawakkal, 2017).

Gapit memobilisasi massa dengan menggunakan lima teknik, yaitu memetakan pemilih, membangun opini, mengadakan pertemuan warga,

membagikan materi, dan memastikan pemilih telah mencoblos calon yang didukung oleh *Gapit*. *Gapit* juga bertugas membentuk suatu jaringan sosial, yang digunakan untuk mempermudah peran *Gapit* untuk memobilisasi massa.

Penelitian ini terdapat persamaan yaitu aktor yang sama dalam upaya mobilisasi massa untuk memenangkan perolehan suara di Pilkades, adanya struktur atau garis persebaran aktor dalam memobilisasi pemilih, dan penggunaan uang untuk menarik pemilih. Terdapat perbedaan dalam sebutan aktor yang digunakan yaitu sebutan *Gapit* untuk Pemilihan Kepala Desa Mranggen Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak, dan sebutan *Botoh* untuk Pemilihan Kepala Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara. Perbedaan lainnya juga terletak pada strategi yang dilakukan dalam memobilisasi masa guna meningkatkan perolehan suara seperti pada strategi *multi-level*, struktur *Botoh* dalam tim pemenangan Pemilihan Kepala Desa Parakan lebih kompleks terdapat empat tingkatan, yaitu *botoh* kordes, *botoh* kordus, *botoh* korte, *botoh* kepala rumah. Selain itu, perbedaan yang lainnya ialah strategi yang digunakan *botoh* berbasis karakter lokal, sedangkan *gapit* lebih mengarahkan pada kekuatan uang.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Titis Sukma Fajariyah (2014) (Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang) yang berjudul, “Peran *Botoh* Dalam Proses Pemilihan Kepala Desa (Studi Kasus Di Desa Waru Barat Kecamatan Waru Kabupaten

Pamekasan)" diterbitkan dalam Universitas Muhammadiyah Malang Institusional Repository. Penelitian ini berisi tentang kasus perjudian *botoh* dalam pemilihan kepala desa di Desa Waru Barat Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan. Temuan dalam penelitian ini adalah para *botoh* yang berkecimpung dalam perhelatan demokrasi lokal ini merupakan orang-orang yang berasal dari luar desa (Fajariyah, 2014).

Dalam penelitian ini juga terdapat persamaan yaitu penyebutan aktor lokal ialah *botoh* yang berperan memobilisasi suara pemilih, kehadiran orang-orang yang berasal dari luar desa turut serta mengambil peran bersama *botoh* yang berasal dari dalam desa, dan persamaan lainnya juga terletak pada peran *botoh* menjadi penentu kemenangan Calon Kepala Desa.

Apabila dalam penelitian ini menyebutkan terjadi kasus perjudian *botoh* dalam pemilihan kepala desa di Desa Waru Barat Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan, sedangkan *botoh* dalam pemilihan kepala desa di Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara mencari sumber dana untuk mencukupi biaya kebutuhan akomodasi *botoh* itu sendiri yang kemudian di hitung sebagai hutang oleh Calon Kepala Desa. Perbedaan lainnya juga terletak pada Panitia Penyelenggara Pilkades, yaitu netralitas Panitia penyelenggara di Desa Parakan tidak diragukan sedangkan di Desa Waru Barat terdapat ketidakberesan. *Botoh* di Desa Waru Barat pada pelaksanaan Pilkades mengawasi secara sembunyi-

sembunyi, sedangkan *Botoh* di Desa Parakan melakukan pengawasan di TPS dengan cara terang-terangan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Darry dan Panji Anugrah Permana (2019) (Universitas Indonesia) yang berjudul, "*The Role of Political Broker: The Utilization of Botoh and Head of Villages on 2018's General Election of Tulungagung*" diterbitkan oleh EUDL Proceeding: International Symposium on Indonesian Politics 2019. Isi dari penelitian ini tentang peran *botoh* dan kepala desa sebagai broker politik sangat penting menuju 21 hari sebelum hari pemilihan pada 27 Juni 2018. Temuan dari penelitian ini adalah ada tiga peran berbeda yang dapat dijalankan oleh setiap entitas, kepala desa sebagai aktivis propaganda, *botoh* dengan peran mereka sebagai penggerak massa dan untuk mendapatkan lebih banyak suara (Darry dan Permana, 2019).

Penelitian ini memiliki persamaan berupa mobilisasi massa yang dilakukan oleh *botoh* untuk mendapatkan lebih banyak suara, *botoh* sebagai broker (perantara), serta *botoh* memiliki relasi kuasa dengan tokoh setempat. Terdapat perbedaan dimana dalam Pemilihan Kepala Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara, strategi pemenangan yang dilakukan oleh *botoh* adalah dengan menggunakan strategi pemenangan berbasis karakter lokal, sedangkan dalam penelitian tersebut menggunakan aktivis dakwah. Selian itu, perbedaan juga terletak pada adanya "korban politik" untuk memenangkan Pilkades, sedangkan di Desa Parakan tidak melakukan hal tersebut melainkan *botoh* menjalankan

peran dengan membawa strategi yang sudah ditentukan bersama tim pemenangan. Penelitian tersebut menunjukkan adanya narasi politik yang dibuat oleh jaringan *botoh*, sedangkan dalam skripsi ini tidak menggunakan narasi politik untuk melemahkan suara Cakades lainnya.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Acidieni Hartati, Arika Yustafida Nafisa, Trias Tuti Hidayanti (2019) (Universitas Gadjah Mada) yang berjudul, "*Botoh* dalam Pilkada: Studi Pola Kerja dan Transformasi *Botoh* dalam Pilkada Kudus 2018" diterbitkan dalam Jurnal PolGov. Hasil penelitian ini menemukan bahwa bahwa *botoh* mampu membalikkan hasil akhir perolehan suara. *Botoh* ini bisa menyarankan hal demikian karena *botoh* tersebut bekerja sebagai *botoh* yang nampak didukungnya sekaligus menjadi mata-mata (informan) untuk kandidat lawan (Hartati, Nafisa dan Hidayanti, 2019).

Penelitian ini juga memiliki hubungan yang sama yaitu adanya pola kerja *botoh* secara individu dan bekerja dalam tim, terdapat *botoh* informan (mata-mata), dan adanya jaringan *botoh* yang dibentuk di tingkat RW dan RT. Selain itu, yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini adalah pada Pemilihan Kepala Desa di Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara hubungan sosial yang tidak baik antara Kandidat dengan *botoh* menyebabkan munculnya *botoh* yang tidak setia pada kandidat yang secara terang-terangan didukungnya demi mendapatkan keuntungan ekonomi berupa materi. Perbedaan lainnya ada pada basis data yang digunakan ialah menggunakan data survey formal,

sedangkan dalam skripsi ini *botoh* melakukan pemetaan pemilih dengan cara informal yaitu melalui strategi yang berbasis karakter lokal. *Botoh* yang berlatar belakang karena tujuan mendapat keuntungan berupa materi sangat kuat pembahasannya dalam penelitian tersebut, sedangkan dalam skripsi ini *botoh* tidak terlalu fokus pada keuntungan ekonomi melainkan fokus pada kemenangan yang harus diraih oleh Calon Kepala Desa yang diusungnya.

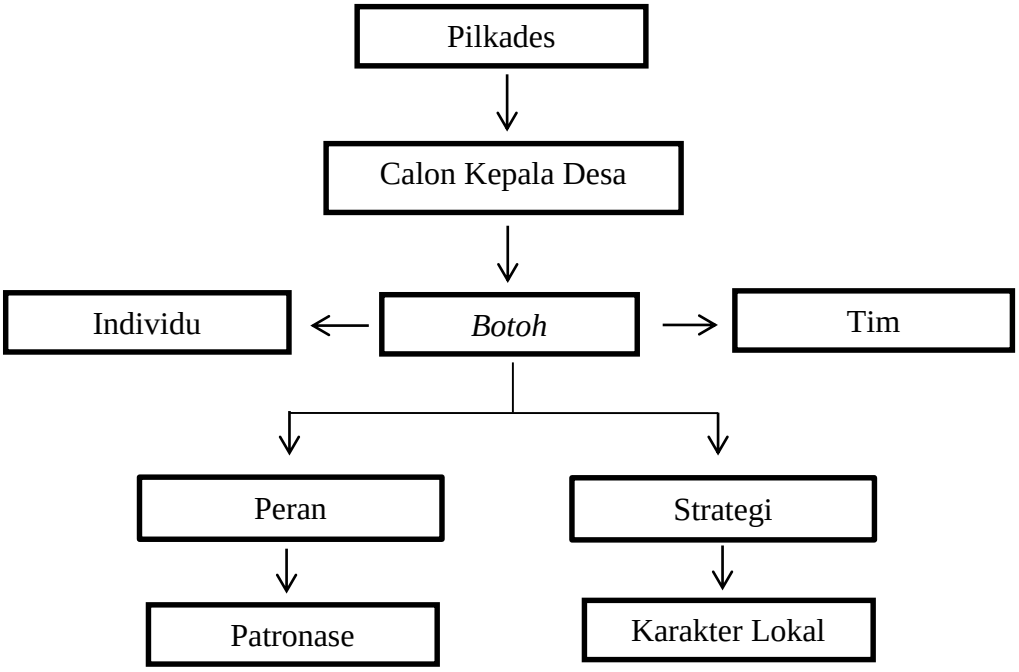
Dari masing-masing penelitian tersebut, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu dari persamaannya adalah penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian terdahulu sama-sama menjelaskan mengenai pemenangan elektoral lokal. Selain itu persamaan lainnya terletak pada adanya aktor lokal sebagai pemeran dalam pemenangan elektoral. Aktor lokal ini umumnya sama-sama memiliki tujuan yaitu memenangkan calon kandidat yang diusungnya. Selanjutnya untuk perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada fokus penelitiannya, dimana penelitian terdahulu hanya berfokus pada strategi pemenangan yang dilakukan oleh aktor lokal. Sedangkan fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu: *pertama*, mengenai pemenangan elektoral berbasis karakter lokal yang melibatkan peran dan strategi dari aktor lokal sedangkan penelitian terdahulu hanya berbasis aktor lokal saja. *Kedua*, penelitian yang dilakukan peneliti ini dikaji menggunakan teori yang berspektif sosio-kultural serta memadukan pemenangan yang

berbasis kearifan lokal untuk strategi pemenangannya serta pendalaman teori patronase lokal untuk peran aktornya. Sedangkan dari penelitian terdahulu masih banyak menggunakan pendalaman teori pemenangan dari barat.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir memberikan gambaran umum mengenai pemikiran penelitian. Tujuannya adalah mempermudah pembaca memahami isi dari penelitian. Hal ini menjadi perlu karena dapat mengarahkan ke alur dari penelitian, sehingga kerangka berpikir ditarik berdasarkan suatu landasan konseptual, lebih lanjut akan menjadi bingkai yang mendasar dari pemecahan suatu masalah.

Botoh dalam pemenangan kepala desa di Pilkades selain untuk membangun jaringan dan strategi pemenangan, juga untuk berkontribusi pengawasan praktek-praktek politik dalam kampanye. *Botoh* sejatinya merupakan bagian dari realitas yang hadir dalam masyarakat karena kondisi sosial masyarakat setempat. Berikut kerangka berpikir pada penelitian ini:



Bagan 2.1 Kerangka Berpikir

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Peran *botoh* dalam pemenangan dilakukan secara individu dan dalam tim pemenangan. Hubungan antara Cakades dengan *botoh* berupa hubungan Patron-Klien, yaitu hubungan yang berlandaskan pada pertukaran sumber daya. Selain itu, *botoh* berperan sebagai perantara (*midleman*) bagi Cakades dengan pemilih. Dalam hal ini, *botoh* merupakan relawan yang melakukan aktivitas atau kegiatan untuk mendukung Cakades tertentu secara sukarela dalam Pemilihan. Di Desa Parakan, *botoh* merupakan sebutan bagi orang bukan elit politik yang berperan sebagai aktor pemenangan dalam Pilkades dengan cara menjalankan strategi pemenangan dengan bergerak secara individu dan dalam tim pemenangan. *Botoh* muncul dalam Pilkades tidak lepas dari keadaan sosial politik masyarakat.

Strategi yang dilakukan *botoh* dalam pemenangan di Pilkades ialah menggunakan strategi pemenangan berbasis karakter lokal. Strategi pemenangan berbasis karakter lokal merupakan langkah pemenangan yang dilakukan oleh Cakades bersama aktor politik setempat (*botoh*) yang mendukungnya dengan memanfaatkan kebiasaan atau tradisi lokal sebagai

alatnya untuk mencapai kemenangan pada masa pemilihan. Secara umum, tujuan *botoh* dalam Pilkades adalah untuk membantu Cakades mendapatkan suara sebanyak-banyaknya. Untuk mencapai tujuan strategi pemenangan dalam Pilkades di Desa Parakan, *botoh* melakukan strategi melalui suatu ciri atau karakter lokal yang disebut dengan nama *ngendong*, *jagongan*, dan *ngaton*. *Ngendong* dan *ngaton* digunakan sebagai alat untuk menjalankan strategi penguatan; strategi menanamkan keyakinan; strategi pengenalan dan merebut. Sedangkan *jagongan* sebagai alat identifikasi potensi suara yang akan diperoleh pada saat pemilihan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang diperlukan terhadap pemilih.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Optimisme *botoh* dalam pemenangan calon kepala desa memang terlampau tinggi karena kepercayaan dan strategi yang menarik. *Botoh* dianggap sebagai alternatif langkah yang mampu memobilisasi massa dan memberikan kesadaran politik pada masyarakat. Strategi pemenangan dalam Pilkades berbasis karakter lokal nampak bagus sebagai upaya pendekatan yang dilakukan terhadap pemilih. Hal ini kurang diimbangi dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku terutama tentang Pemilu. Aspek ini perlu

diperbaiki oleh *botoh* dalam pemenangan agar peran *botoh* sebagai relawan mendapat pengakuan positif dalam demokrasi desa.

2. Rendahnya pemahaman politik pada masyarakat desa rupanya menjadi peluang bagi para *botoh*. Hal ini dibuktikan dengan adanya *botoh* yang mampu menjalankan strategi pemenangan dengan sangat mudah dan sederhana. Masyarakat desa belum sampai pada pemikiran atas maksud dan tujuan dipilihnya Cakades serta masyarakat masih tergiur dengan *amplop*. Tentu banyak aspek yang dapat diajukan guna menyokong pendapatan itu yang diantaranya ialah tidak ada kontrol dari masyarakat terhadap strategi yang dilakukan para *botoh*, seperti apakah yang demikian itu kampanye hitam atau bukan, apakah yang demikian merupakan gratifikasi atau bukan. Hal tersebut menjadi urgensi yang perlu segera dibenahi oleh segenap elemen pemerintahan desa, tokoh masyarakat desa, dan orang terkait yang mumpuni supaya dapat memotong rantai kekeliruan dalam budaya politik yang telah diwariskan dari masa ke masa. Maka sudah selayaknya bagi Desa selain sukses dalam demokrasi, juga berbenah dan menata diri guna membuka wawasan masyarakat terhadap politik. Sehingga tercipta keharmonisan antara tanggung jawab dan pengawasan.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Arikunto, S. (2002). Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. *Jakarta: PT. Rineka Cipta*.

Chalik, A. (2017). *Pertarungan Elit Dalam Politik Lokal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Darry, M., & Permana, P. (2019). The Role of Political Broker: The Utilization of *Botoh* and Head of Villages on 2018's General Election of Tulungagung. https://doi.org/10.4108/eai.25-6-2019.2287999

Fajariyah, T. S. (2014). Peran *Botoh* Dalam Proses Pemilihan Kepala Desa (Study Kasus Di Desa Waru Barat Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan). *Universitas Muhammadiyah Malang Institusional Repository*.

Firmanzah. (2007). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Hamid, A. (2010). Memetakan Aktor Politik Lokal Banten Pasca Orde Baru: Studi Kasus Kiai dan Jawara di Banten. *Politika, Jurnal Ilmu Politik*, *1*(2), 32–45.

Hartati, A., Nafisa, A. Y., & Hidayanti, T. T. (2019). *Botoh* Dalam Pilkada: Studi Pola Kerja Dan Transformasi *Botoh* Dalam Pilkada Kudus 2018. *Jurnal PolGov*, *1*(1), 121–156.

Humaeni, A. (2014). Penggunaan Magic dalam Politik Lokal di Banten. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, *27*(1), 14–26.

Kartodirdjo, S. (1992). *Pesta Demokrasi Pedesaan (Studi Kasus Pemilihan Kepala Desa di Jawa Tengah dan DIY)*. Yogyakarta: Adityaa Media.

Loisa, R. ., & Setyanto, Y. (2012). Mencari Bentuk Kampanye Potitik Khas Indonesia: Pencitraan Berbasis Dimensi Budaya. *Karya Ilmiah Dosen*, 719–732.

Mariana, Dina; Yudatama, Iranda; Fitrianingrum, Nurma; Angga, Rajif Dri; Pranawa, Sigit; Yulianto, Sugeng; Sukasmanto; Zamroni, Sunaji; Hariyanto, T. (2017). *Desa: Situs Baru Demokrasi Lokal*. Yogyakarta: IRE.

Martono, N. (2016). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Moertopo, A. (1974). *Strategi Politik Nasional*. Jajasan Proklamasi: Centre for Strategic and International Studies.

Moleong, L. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja

Rosdakarya.

Moleong, L. J. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Pendidikan Kualitatif*. Bandung: Remaja Pustaka.

Napir, S. (2016). Strategi pemenangan Fahmi Massiara-Lukman dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2015 di Kabupaten Majene. *The POLITICS: Jurnal Magister Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*, *2*(2), 147–159.

Paskarina, C., Asiah, M., & Madung, O. G. (2016). Berebut Kontrol atas Kesejahteraan: Kasus-Kasus Politisisasi Demokrasi di Tingkat Lokal. *PolGov*.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2017 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota

Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2014 tentang Pemilihan Kepala Desa.

Prastowo, A. (2014). *Metode Penelitian kualitatif dalam perspektif rancangan penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Rachman, M. (1999). *Strategi dan Langkah-Langkah Penelitian Pendidikan*. Semarang: IKIP Semarang.

Saleh, K. A. (2009). *Sistem birokrasi Pemerintahan di Daerah: dalam Bayang-Bayang Budaya Patron-Klien*. Bandung: Alumni.

Sesen, E. (2015). Role Theory And Its Usefulness In Public Relations. *European Journal of Business and Social Sciences*, *4*(1), 136–143.

Sjaf, S. (2014). *Politik Etnik: Dinamika Lokal di Kendari*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D Metode*. Bandung: Alfabeta.

Sukmana, O. (2016). *Konsep dan Teori Gerakan Sosial*. Malang: Intrans Publishing.

Tawakkal, G. T. I. (2017). Gapit: Jaringan Mobilisasi Suara di Pilkades. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, *2*(1), 30–45.

Tjahjoko, G. T. (2015). Politik Ambivalensi: Nalar Elite di Balik Pemenangan Pilkada. *PolGov*, (1).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor, 5495.

Wisnumurti, A. A. G. O. (2012). *Relasi Kuasa Penguatan Demokrasi Lokal di Bali*. Denpasar: Udayana University Press.