



**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:

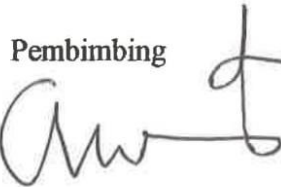
Ade Tri Widyanti
NIM. 3312416029

**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

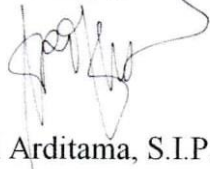
Penguji I



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

NIP. 197303312005012001

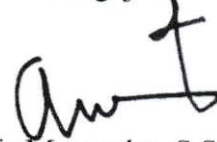
Penguji II



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 mengucapkan 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 (*middleman*) 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 terlampaui 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 (middleman) 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 *botohs*. 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 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 <i>Botoh</i>	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 <i>Botoh</i>	68
Bagan 4.2 Peran dan Struktur <i>Botoh</i>	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 <i>Botoh</i> Calon Kepala Desa Nomor 1.....	128
Lampiran 10. Dokumentasi Strategi <i>Botoh</i> 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 (Nafir, 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 sistematis 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 dilakukan untuk membawa kandidat atau calon yang didukung oleh strategi politiknya menduduki jabatan yang diinginkan melalui pemilihan langsung. Sedangkan, strategi pemenangan berbasis karakter lokal merupakan langkah pemenangan yang dilakukan 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 kemenangan elektoral. Menurut Sesen (2015: 139) peran merupakan suatu aktivitas yang menjembatani perilaku individu dan struktur sosial. Individu dalam hal ini ialah aktor kemenangan, hal ini dapat diartikan bahwa pada kemenangan elektoral peran adalah model perilaku yang diharapkan dari tim kemenangan 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 berkaitan dengan peran dalam kemenangan. Aktor kemenangan menjalankan peran untuk kemenangan 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 di atasnya, 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 masyarakat 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 sumber-sumber kekuasaan mulai tampak pada proses awal ketika pilkada langsung digulirkan. Segmentasi masyarakat politik utamanya digerakkan oleh partai politik mulai menyampaikan wacana rekrutmen 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 kemenangan 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 dielaborasi menjadi suatu langkah politik yang *sopan*. Pada kenyataannya, politik dan kekuasaan mendorong sidentasi 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 kemenangan Pilkades masa sebelumnya. Hadirnya *botoh* dalam kemenangan 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 kemenangan.

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 kemenangan secara personal dan membangun strategi berdasar pada inisiasi nya sendiri dengan menyesuaikan kondisi sosial masyarakat setempat; (2) *botoh* bergerak dalam tim kemenangan. Tim kemenangan 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 kegiatan *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, menunjukkan 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 pemaafaat 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 diidentifikasi 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 pengabdianya 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 Ketetangaan atau Kelompok Lokalitas

Kelompok sosial ini berdasarkan pada kondisi geografis suatu desa, karena memiliki lokasi tempat tinggal yang sama maka dapat diidentifikasi 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 Keekerabatan

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 bertemu 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 sebagainya 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 ditunjukkan 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 Institutional 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. Selain 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 pemenang. 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.

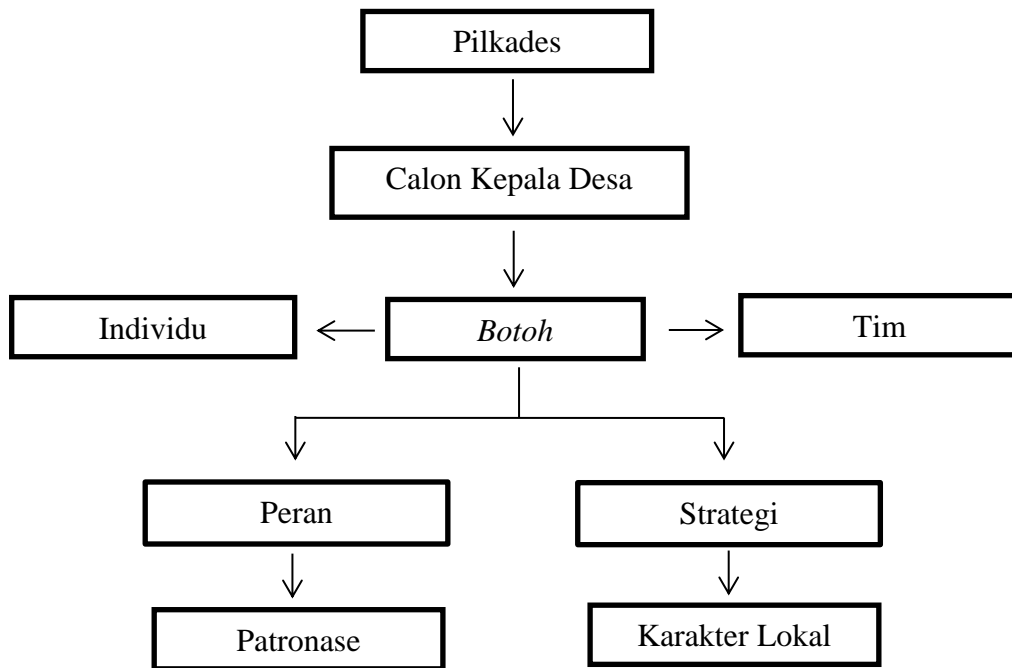
Dari masing-masing penelitian tersebut, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu dari persamaannya adalah penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian terdahulu sama-sama menjelaskan mengenai pemenangan elektoral lokal. Selain itu persamaan lainnya terletak 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 kemenangan 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 kemenangan, 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 III

METODE PENELITIAN

A. Latar Penelitian

Pemilihan kepala desa menjadi gambaran wujud demokrasi asli Indonesia. Pilkades di Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara menggambarkan demokrasi di desa yang masih menggunakan budaya sosial berupa karakter lokal sebagai upaya pendekatan yang dilakukan oleh aktor pemenangan lokal kepada masyarakat setempat. Karakter lokal tersebut berupa nilai-nilai budaya yang terkandung dalam sosial seperti nilai gotong-royong, nilai *andap-asor* (merendah untuk menghormati orang lain), serta nilai kekeluargaan.

Sebelum kandidat calon kepala desa ditentukan, pembicaraan dari masyarakat seputar Pilkades sudah meluas. Hal ini menandakan bahwa perhelatan Pilkades tahun 2019 ini memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat desa. Di sisi lain, bagi orang-orang yang dekat dengan orang yang akan mencalonkan diri¹, merupakan sebuah peluang untuk mengetahui kondisi siapa bakal lawannya, seberapa besar pengaruhnya, apa kekurangan dan kelebihanannya, dan masyarakat RT (Rukun Tetangga) atau RW (Rukun Warga) atau kelompok mana saja yang sudah membicarakannya. Apabila pemantauan ini lebih diperhatikan lagi,

¹ Bagi orang desa, kedekatan itu didapatkan dari hubungan saudara (bukan saudara sedarah-daging namun berupa pengakuan) yang dimana hal ini bernilai kekeluargaan.

seorang calon sudah dapat mengantongi beberapa siasat/strategi yang patut digunakan untuk situasi dan kondisi yang demikian.

B. Fokus Penelitian

Tidak ada satupun penelitian yang dapat dilakukan tanpa adanya fokus penelitian. Fokus pada dasarnya adalah masalah yang membingungkan akibat adanya dua atau lebih faktor berupa konsep, data empiris, pengalaman, atau unsur lainnya yang apabila ditempatkan secara berkaitan akan menimbulkan suatu persoalan atau kesukaran (L. J. Moleong, 2002: 237). Fokus penelitian berarti masalah utama yang akan menjadi objek penelitian. Masalah utama itu menjadi acuan utama sekaligus menjadi arah bagi penelitian yang akan dilakukan. Maka dari itu, peneliti menguasai penelitian yang direncanakan nya (Prastowo, 2014: 47).

Fokus penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah peran dan strategi *botoh* dalam pemenangan pemilihan kepala desa di Desa Parakan tahun 2019.

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Menurut Lofland (Moleong, 2010: 157) sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan selebihnya

adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sumber data dalam penelitian adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan. Data primer ini disebut juga data asli atau baru (Moleong, 2010: 157). Untuk penelitian ini data primer berupa data hasil wawancara dengan informan untuk mendapatkan informasi secara mendalam dengan mengeksplorasi pertanyaan-pertanyaan pada informasi dengan mengacu pada pedoman wawancara yang telah dirumuskan peneliti, sehingga data yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut merupakan data pendukung bagi terlaksananya penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah *botoh*, tim pemenangan calon kepala desa, calon kepala desa, dan masyarakat Desa Parakan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berasal dari bahan-bahan kepustakaan yang berupa buku-buku serta jurnal ilmiah atau dari laporan penelitian terdahulu (Moleong, 2010: 157). Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui sumber data dan informasi melalui dokumentasi yang relevan dengan topik penelitian sehingga dapat memahami peran dan strategi *botoh* dalam pemenangan pemilihan kepala desa di Desa Parakan tahun 2019.

Adapun data-data tersebut berupa: 1) Dokumentasi kegiatan, 2) Foto kegiatan, dan 3) Perolehan hasil Pilkades.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan masalah yang perlu diperhatikan dalam setiap pelaksanaan penelitian ilmiah untuk memperoleh data yang lengkap, benar, dan dapat dipertanggung jawabkan. Adapun metode pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Wawancara (interview)

Wawancara merupakan percakapan yang bermaksud memperoleh data maupun informasi. Percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu interviewer (yang mewawancarai) dan interview (yang diwawancarai) untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh interviewer (L. J. Moleong, 2007: 186).

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dengan menggunakan alat bantu berupa pedoman wawancara. Peneliti melakukan wawancara dengan terbuka dengan informan yang terlibat menjadi *botoh* dan calon kepala desa di Desa Parakan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, agenda dan lain sebagainya (Arikunto, 2002: 135).

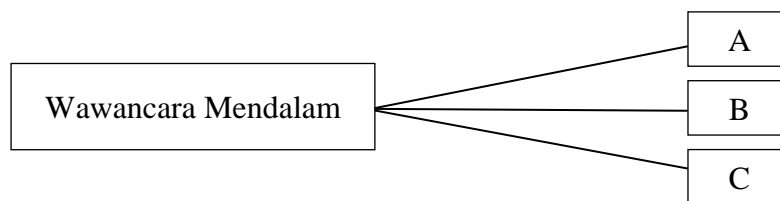
Dokumentasi dilakukan dengan cara mencatat semua yang berkaitan dengan peran dan strategi *botoh* dalam pemenangan pemilihan kepala desa di Desa Parakan tahun 2019. Arsip tersebut adalah berupa visi dan misi Calon Kepala Desa, daftar hadir *botoh*, catatan koordinasi *botoh*, dan surat undangan rapat pertemuan *botoh*.

E. Uji Validitas Data

Uji validitas data sangat penting dalam proses pemaparan penelitian, pembahasan, dan penarikan simpulan. Dengan adanya uji keabsahan data, maka analisis dan penarikan simpulan telah dilandasi oleh kebenaran, karena berasal dari data yang telah teruji kebenarannya.

Pengujian keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi data. Triangulasi data (L. J. Moleong, 2007: 332) merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan.

Menurut (Sugiyono, 2013: 330), apabila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka peneliti menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data. Hal ini dapat digambarkan seperti bagan dibawah ini:



Bagan 3.1 Triangulasi sumber pengumpulan data (Sugiyono, 2013: 331)

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa di dalam metode validitas akan diperoleh suatu data dari sumber yang berbeda dengan teknik yang sama. Data didapatkan kemudian teknik yang digunakan yaitu triangulasi data, peneliti mengecek kembali data yang diperoleh dari sumber atau informan dari sumber atau informan penelitian tersebut.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, menyusun sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2013: 244).

Analisis data kualitatif (Bogdan & Biklen dalam L. Moleong (2010: 248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah nya menjadi satuan yang dapat di

kelola, disintesis kan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Menurut Miles & Huberman dalam bukunya Rachman (1999: 120) ada metode analisis data: pertama, Model analisis mengalir, dimana tiga komponen analisis (reduksi data, sajian data, penarikan data/verifikasi) berinteraksi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode yang kedua dari penjelasan di atas yaitu menggunakan model interaksi untuk menganalisis data hasil penelitiannya. Data yang diperoleh dari lapangan berupa data kualitatif dan data tersebut diolah dengan model interaksi. Langkah-langkah dalam model interaksi adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Dalam hal ini peneliti mencatat semua data secara objektif dan apa adanya sesuai dengan wawancara di lapangan, yaitu pencatatan data yang diperlukan terhadap berbagai jenis data serta melakukan pencatatan di lapangan.

2. Reduksi data

Reduksi data yaitu proses pemilihan pemusatan perhatian pada penyederhanaan pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan yang muncul di lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan

data sekunder sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan dan diverifikasi (Miles & Huberman, 1992: 15-16).

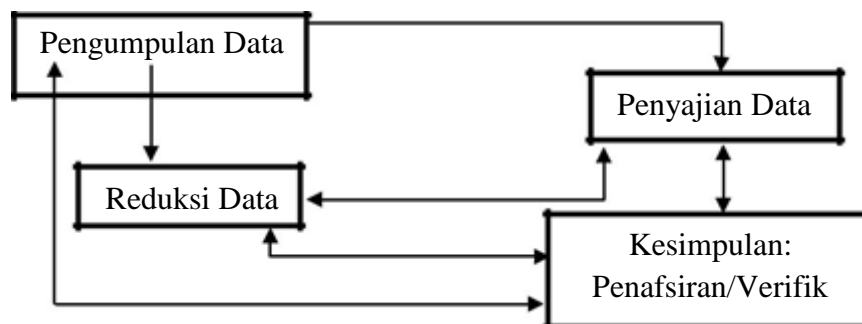
3. Penyajian data

Penyajian data yaitu sekumpulan informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data merupakan analisis merancang deretan dan kolom-kolom dalam sebuah matriks untuk data kualitatif dan menentukan jenis dan bentuk data yang dimaksudkan dalam kotak-kotak matriks (Miles & Huberman, 1992: 17-18).

4. Verifikasi data

Verifikasi data adalah penarikan kesimpulan oleh peneliti berdasarkan analisis data penelitian. Kesimpulan adalah suatu tinjauan ulang pada catatan di lapangan atau kesimpulan dapat ditinjau ulang pada catatan di lapangan atau kesimpulan dapat ditinjau sebagaimana yang timbul dari data yang harus diuji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokan, yang merupakan validitas nya (Miles & Huberman, 1992: 19).

Model tahapan analisis Penelitian ini dapat digambarkan dengan bentuk skema seperti di bawah ini.



Bagan 3.2 Komponen-komponen analisis data model interaktif

(Miles dan Huberman dalam Rachman, 1999: 120).

5. Prosedur penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti membagi dalam empat tahap yaitu sebelum terjun ke lapangan, pekerjaan lapangan, analisis data lapangan dan penulisan penelitian. Pada tahap pertama, yaitu sebelum ke lapangan dipersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam penelitian sebelum akhirnya diterjunkan ke lapangan, yaitu:

- a. Menyusun rancangan penelitian.
- b. Mempertimbangkan secara konseptual teknis terhadap tempat yang akan digunakan dalam penelitian.
- c. Membuat surat izin penelitian.
- d. Latar penelitian dan nilai guna sekaligus melihat unsur-unsur sosial serta keadaan alam pada latar penelitian.
- e. Menentukan sumber data.
- f. Mempersiapkan perlengkapan penelitian.

g. Dalam melakukan penelitian, peneliti harus bertindak sesuai dengan etika, terutama berkaitan dengan tata cara penelitian yang berhubungan dengan instansi.

Tahap kedua yaitu pekerjaan lapangan, bersungguh-sungguh dengan kemampuan yang dimiliki dan berusaha untuk memahami latar penelitian dengan segala daya, usaha serta tenaga yang dimiliki benar-benar dipersiapkan dalam menghadapi penelitian lapangan.

Tahap ketiga yaitu analisis data, setelah semua data yang diperoleh di lapangan terkumpul, maka data akan direduksi dan disajikan setelah itu dilakukan verifikasi data. Peneliti berusaha untuk mencari pola hubungan serta menghadapi penelitian.

Tahap keempat, setelah tahap analisis data selesai dan telah diperoleh kesimpulan proses selanjutnya yaitu penulisan laporan penelitian harus sesuai dengan yang diperoleh di lapangan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum *Botoh*

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 pemilihan kepala desa atau yang biasa disebut dengan Pilkades tidak lepas dari keadaan sosial politik masyarakat desa. Hal ini terjadi pula di Desa Parakan, Kecamatan Purwanegara, Kabupaten Banjarnegara. *Botoh* berperan dan dibutuhkan oleh masing-masing calon kepala desa.

Perlu diketahui, Desa Parakan merupakan salah satu desa di Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara yang tergolong masih tradisional namun masyarakat mulai mengenal teknologi komunikasi masa sekarang. Keterlambatan masyarakat terhadap teknologi, tidak menutup pengetahuan terhadap politik meskipun yang mereka ketahui masih tergolong klasik. Dimana masyarakat hanya melihat dan merasakan tanpa adanya upaya untuk memahami lebih lanjut tentang apa yang mereka ketahui dari politik itu.

Ada sebagian orang desa mulai memahami praktik politik dan bagaimana memperlakukannya (di ranah lokal), namun belum menemukan tujuan besar atas apa yang mereka lakukan karena hanya

menginginkan Calon Kepala Desa yang diusungnya itu terpilih sehingga muncul perasaan puas tanpa adanya kontrol lebih lanjut setelah terpilih menjadi Kepala Desa. Sebagian orang yang berlatarbelakang inilah yang mampu menjadi *botoh*.

Berdasarkan hasil pengakuan dan dokumentasi berupa catatan dari beberapa sumber, *botoh* di Desa Parakan muncul sejak awal diperlakukannya pemilihan kepala desa yaitu *pertama*, kurang lebih pada tahun 1976; *kedua*, kurang lebih tahun 1986; *ketiga*, pada tahun 1999; *keempat*, pada tahun 2007; *kelima*, pada tahun 2014; dan *keenam*, pada tahun 2019. *Botoh* pada Pilkades yang pertama sampai keempat masih murni menggunakan kekuatan orang-orang lokal Desa Parakan, namun setelah memasuki Pilkades kelima dan keenam penggunaan sumber daya *botoh* dari luar Desa Parakan mulai dilakukan. Hal ini dikarenakan faktor hubungan sosial yang dimiliki oleh Calon Kepala Desa. Di sisi lain, masih lemahnya mental politik masyarakat Desa Parakan menjadi kesempatan bagi Calon Kepala Desa yang memperkuat jaringan *botoh* dari luar desa. Selain itu, kuatnya kepercayaan yang didapatkan dari masyarakat terhadap Calon Kepala Desa menjadi berlipat.

Menariknya, orang yang dipercaya menjadi *botoh* bukanlah orang yang memiliki pengaruh besar di lingkungan Desa Parakan dan bukan pula orang yang menjadi tokoh masyarakat di sekitar. Orang tersebut rata-rata berasal dari golongan masyarakat biasa, pekerjaan mayoritas adalah petani, dan ada pula orang yang biasa bekerja di luar daerah yang

menyempatkan pulang untuk ikut berperan menjadi *botoh*. Orang-orang ini cenderung memiliki sifat yang tegas, berambisi kuat, mampu memahami kondisi sosial masyarakat, mampu membaca taktik politik dan berani mempertaruhkan apapun yang ia miliki hanya untuk memenangkan Calon Kepala Desa yang diusungnya. Berbekal itu, orang yang menjadi *botoh* mampu memobilisasi masyarakat untuk memilih Calon Kepala Desa.

Calon Kepala Desa tidak dapat sepenuhnya menjatuhkan kepercayaan kepada setiap *botoh* yang berada dibawahnya. Begitu pula yang dilakukan antar *botoh*, tidak bisa sepenuhnya mempercayai rekan satu tim pemenang. Hal ini diakui oleh *botoh* yang menjadi narasumber saat wawancara bahwa antar Calon Kepala Desa mengirimkan orang untuk memata-matai (informan) kubu lawan dengan menyamar sebagai *botoh yang setia*.

Persebaran *botoh* yang berasal dari orang-orang lokal dari dalam desa memiliki tugas memobilisasi massa untuk memilih Cakades yang diusungnya. Sedangkan, kehadiran orang-orang dari luar desa digunakan oleh tim pemenang Calon Kepala Desa untuk menjaga dan mengawasi perjalanan *botoh-botoh* yang tengah menjalankan strateginya. Jalan yang terbuka lebar dengan pengawasan yang ketat, membuat *botoh* dari tim lawan tidak dapat memasuki kawasan itu.

Pada penyelenggaraan Pemilihan Kepala Desa Parakan tahun 2019, terdapat dua Calon Kepala Desa. Calon Kepala Desa nomor urut 1 (satu)

mendapatkan perolehan suara 1.427, dan Calon Kepala Desa nomor urut 2 (dua) mendapatkan perolehan suara 1.558. Terdapat pula suara tidak sah berjumlah 39. Di samping itu, Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pilkades Parakan tahun 2019 berjumlah 4.098 orang (sumber: Hasil Rekapitulasi dari Panitia Pemilihan Kepala Desa Parakan, 2019). Hal ini menunjukkan partisipasi politik masyarakat cukup tinggi, serta keberhasilan *botoh* dan Calon Kepala Desa yang bertarung ketat dalam upaya mengumpulkan suara terjawab dalam selisih yang tidak banyak.

Untuk membantu memperjelas gambaran umum penelitian ini, perlu penulis sampaikan kondisi geografis dari Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara. Dengan ini, didapatkan informasi yang lebih jelas guna mendukung penjelasan berikutnya.

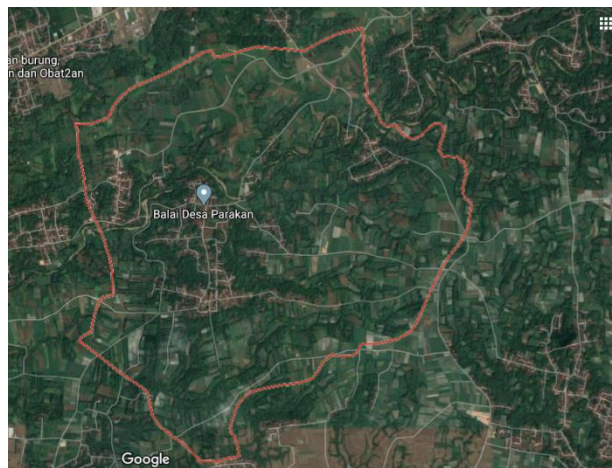
Lokasi penelitian terletak di Desa Parakan, Kecamatan Purwanegara, Kabupaten Banjarnegara. Batas-batas wilayah Desa Parakan sebagai berikut: (1) Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Kalipelus dan Desa Gumiwang; (2) Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Kutawuluh dan Desa Pucungbedug; (3) Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Kaliajir dan Desa Karanganyar; (4) Sebelah Barat berbatasan Dengan desa Karanganyar dan Desa Mertasari.

Secara administratif desa terbagi menjadi lima Dusun², yaitu Dusun I Kebumen, Dusun II Bleber, Dusun III Gadog, Dusun IV Purbasana, dan Dusun V Kalisawah. Desa Parakan memiliki luas wilayah 605,55 Ha yang

² Dusun di Desa Parakan ini sama dengan RW (Rukun Warga).

terdiri atas tanah sawah 48,90 Ha, tanah kering 468,00 Ha (tanah tegal/ladang 358,51 Ha dan tanah pemukiman 109,49 Ha), dan tanah fasilitas umum 88,65 Ha (Profil Desa Parakan, 2019).

Jarak tempuh Desa Parakan dengan pusat pemerintahan kecamatan 4,5 Km, dengan lama jarak tempuh dengan kendaraan bermotor kurang lebih 10 menit. Sementara untuk jarak tempuh ibu kota kabupaten kurang lebih 17 Km, dengan lama jarak tempuh ke kabupaten kurang lebih 30 menit. Dan jarak tempuh dengan ibu kota provinsi kurang lebih 154 Km, dengan lama jarak tempuh ke ibu kota provinsi kurang lebih 5 Jam.



Gambar 4.1 Peta Desa Parakan
Sumber: Peta Google.

B. Hasil Penelitian

Mengawali penyampaian hasil penelitian ini, penulis berupaya menjabarkan peran *botoh* dalam pemenangan pemilihan kepala desa di Desa Parakan tahun 2019 dengan mengelaborasi pernyataan beberapa narasumber yang diperoleh dan disandingkan beberapa sumber lain yang menunjang seperti informasi-informasi yang tercantum dalam dokumen kegiatan.

Botoh bergabung ke dalam tim pemenangan Calon Kepala Desa dalam waktu yang beragam tergantung posisi yang akan didapat serta hubungan status antara *botoh* dengan Calon Kepala Desa. Semakin tinggi posisinya dan semakin dekat status hubungannya maka lebih awal *botoh* bergabung dan begitu juga sebaliknya. Sementara itu, *botoh* tidak memiliki jumlah yang pasti dalam masing-masing tim pemenangan. Hal tersebut dikarenakan masing-masing Calon Kepala Desa (Cakades) melakukan perekrutan *botoh* dengan cara yang beragam, pernyataan ini disampaikan langsung oleh beberapa narasumber saat wawancara.

Bergabungnya *botoh* dalam tim pemenangan bermula dari permintaan Calon Kepala Desa dengan cara menemui orang-orang yang dipercaya mampu membantu memenangkan Pemilihan Kepala Desa. Sebelum Calon Kepala Desa melakukan pendaftaran ke Panitia Pemilihan Kepala (PPK) Desa Parakan tahun 2019, terlebih dahulu Calon Kepala Desa menemui orang-orang yang akan dijadikan tim inti. Kemudian, setelah calon Kepala Desa ini resmi mendaftarkan diri, mulailah orang-

orang lain bergabung menjadi *botoh* dengan cara yang beragam seperti mendapat ajakan dari orang, ditemui oleh Calon Kepala Desa, dan atas dorongan dari pribadi atau benar-benar datang tanpa adanya ajakan.

“Saya bergabung itu awalnya didatangi oleh Cakades nomor 1 di rumah saya dan beliau menyampaikan maksud, tujuan serta benar-benar meminta tolong untuk dibantu dalam memenangkan pemilihan Kepala Desa.” (wawancara dengan Bina *botoh* Cakades nomor 1, tanggal 30 Desember 2019).

Senada dengan pernyataan tersebut, Rohim selaku *Botoh* yang tergabung dalam Tim Pemenangan Cakades nomor 2 memberikan pernyataan yang berbeda.

“Saya mulai bergabung sejak ada perkumpulan sebelum calon Kepala Desa ini mendaftarkan diri. Ada pertemuan pemuda sekitar 30 orang di rumah orang tua Calon Kepala Desa. Saya menghadiri ini karena di ajak.” (wawancara dengan Rohim *botoh* Cakades nomor 2, tanggal 3 Januari 2020).

Bergabungnya *botoh* dalam upaya pemenangan Calon Kepala Desa bukan tanpa alasan. *Pertama*, yaitu karena memiliki status hubungan sosial seperti hubungan kekeluargaan, hubungan pertemanan, dan hubungan lainnya. Seperti yang kita ketahui bahwa hubungan kekeluargaan bagi masyarakat desa masih sangat kuat dan kental. Meskipun sudah sekian keturunan namun mereka masih saling mengakui dan tidak pernah memutuskan hubungan mereka, karena masing-masing menceritakan kepada setiap keturunannya tentang garis keturunan sebelum ia dilahirkan. Sehingga sudah menjadi hal wajar jika suatu desa dipenuhi dengan pengakuan “*beliau masih memiliki hubungan saudara dengan saya.*”.

Kemudian untuk hubungan teman biasanya didapat saat masa sekolah baik itu SD, SMP, maupun SLTA. Selain itu juga sering didapat dari hubungan seseorang terhadap sosial karena saling berjumpa saat kegiatan lingkungan maupun pekerjaan. Selanjutnya untuk hubungan lainnya, merupakan hubungan sosial yang didapat bukan karena dasar hubungan keluarga maupun hubungan pertemanan, yaitu hubungan tetangga dan hubungan dekat yang didapat secara tidak langsung sebagai contoh kecil ialah kebiasaan orang desa yang saling menyapa saat bertemu dengan orang lain ini memiliki pengaruh cukup besar dalam suatu hubungan meskipun tidak saling mengenal secara mendalam.

Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Calon Kepala Desa nomor 1 yang mengungkapkan bahwa “Hubungan saya dengan *botoh* rata-rata karena hubungan keluarga atau masih saudara”. (wawancara tanggal 10 Januari 2020). Pernyataan ini diperkuat oleh pernyataan yang disampaikan Woto sebagai *Botoh* Cakades nomor 1. “Hubungan saya dengan calon Kepala Desa nomor 1 adalah masih saudara atau keluarga” (wawancara tanggal 30 Desember 2019). Hal serupa juga disampaikan oleh Cakades 2, yang mengakui hubungan antara dirinya dengan *botoh* ialah masih memiliki hubungan saudara. “Status hubungan saya dengan para *botoh* itu rata-rata masih keluarga dan saudara” (wawancara tanggal 19 Desember 2020).

Berbeda dengan yang disampaikan Cakades nomor 2, Suhada sebagai *botoh* dari Cakades nomor 2 tentang status hubungan yang dimiliki antara dirinya dengan Cakades nomor 2.

“Hubungan saya dengan calon Kepala Desa Nomor 2 ini teman. Yang lebih membuat kesan ini karena waktu belajar dahulu di Pondok Pesantren yang sama. Dan keakraban menjadi teman ini masih terasa sampai sekarang.” (wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades nomor 2, tanggal 3 Januari 2020).

Kedua, seseorang menjadi *botoh* karena memiliki kepentingan pribadi. Kepentingan pribadi ini berupa keinginan seseorang untuk menjabat dalam pemerintahan desa. Karena, pada tahun 2020 Desa Parakan akan mengadakan seleksi Kepala Dusun (Kadus) sekaligus berakhirnya masa jabatan Kadus yang lama. Meskipun hanya dibutuhkan satu orang untuk menjadi Kepala Dusun, namun isu ini cukup membuat beberapa orang memiliki antusias minat yang tinggi. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Bina *botoh* Cakades nomor 1 yang menyampaikan bahwa “...saya melihat beberapa orang, baik itu di pihak Cakades nomor 1 maupun Cakades nomor 2, karena dia punya ketertarikan mendaftarkan diri menjadi Kadus di RW 4 yang kebetulan ada pendaftaran tahun 2020.” (wawancara tanggal 30 Desember 2019). Meskipun penentuan Kadus berdasarkan pada hasil jumlah nilai saat seleksi, namun karena sudah menjadi “adat” di desa maka upaya mendekati calon Kepala Desa tetap dilakukan. Harapannya adalah jika calon Kepala Desa yang diusung nya terpilih, maka jalan menuju *Kursi Kadus* menjadi lebih mudah.

Ketiga, tidak bisa dipungkiri bahwa dorongan untuk mendapatkan keuntungan berupa materi ini memungkinkan orang berbondong-bondong menjadi *botoh*. Pada kenyataannya, jika dijumlah total biaya akomodasi untuk *botoh* cukup besar. Mereka sering menyebut biaya akomodasi itu dengan istilah “*sangu*” atau “*uang bensin*”, meskipun *botoh* tidak menggunakan kendaraan untuk memobilisasi massa, namun biaya ini tetap diberikan karena sudah menjadi *bagian wajib* yang harus diterima. Masing-masing Calon Kepala Desa memberikan dengan jumlah beragam bergantung pada kondisi keuangan baik Calon Kepala Desa maupun tim pemenangan. Hal ini seperti yang dikeluhkan oleh Cakades nomor 1 dalam wawancara.

“...jadi setiap saya mengumpulkan *botoh* untuk dapat saling berkoordinasi, saya selalu memberikan mereka *uang bensin* dan untuk yang tidak bisa berangkat juga saya titipkan ke rekannya. Tapi beberapa hari kemudian saya dengar kalau titipan saya itu tidak sampai ke yang bersangkutan. Saya disini mulai berfikir, kalau amanah dari saya untuk sesama rekan satu tim saja dijadikan kesempatan lalu bagaimana dengan amanah utama yang saya berikan untuk dia terkait pemenangan.” (wawancara tanggal 10 Januari 2020).

Pemilihan Kepala Desa Parakan tahun 2019 menjadi kontestasi politik desa yang sangat ketat persaingannya. Terlihat dari aktivitas *botoh-botoh* yang berkecimpung mengupayakan Cakades yang diusungnya itu bisa memenangkan kontestasi politik. Persaingan terjadi karena terdapat dua karakteristik yang melatarbelakangi Calon Kepala Desa ini sangatlah saling bertentangan. Satu Calon Kepala Desa menginginkan kemandirian dan satu Calon Kepala Desa yang lainnya menggunakan kekuatan dari luar

desa untuk memobilisasi massa. Selain itu, aktivitas premanisme juga tak dapat dipungkiri turut mengawal persebaran *botoh*. Hal ini tentu saja membangkitkan isu yang membuat masyarakat ketakutan apabila Calon Kepala Desa itu tidak terpilih.

1. Peran *Botoh* dalam Pemenangan Pilkades

a. *Botoh* bergerak secara individu

Peran *botoh* dalam pemenangan cenderung bersifat personal atau individu. Dalam arti, *botoh* lebih sering melakukan strategi pemenangan berdasar inisiasi sendiri atau di luar arahan dari tim pemenangan, serta *botoh* bergerak secara mandiri tanpa dipengaruhi oleh siapapun. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades nomor 2 yang menyampaikan bahwa "... adalah inisiatif dari saya sendiri dan saya melakukannya sendiri." (wawancara tanggal 3 Januari 2020). Alasan yang melatarbelakangi yaitu dikarenakan *botoh* menyesuaikan keadaan yang terjadi di lapangan. Ruang gerak *botoh* untuk menjalankan strateginya dibatasi oleh struktur jaringan yang dibentuk oleh tim pemenangan hal ini berfungsi untuk mempermudah koordinasi yang dilakukan *botoh* dalam tim pemenangan.

Botoh yang bergerak secara individu memiliki garis koordinasi yang kurang teratur. Meskipun struktur jaringan sudah dibentuk oleh tim pemenangan, namun pada pelaksanaannya tetap

memiliki masalah di luar kendali tim pemenangan. Untuk meredakan masalah yang terjadi, *botoh* segera menangani dan membuat keputusan sendiri tanpa kesepakatan dari koordinator yang ada di atasnya. Hal tersebut tentunya didasari dengan tetap berupaya menguntungkan pihak Cakades yang diusungnya.

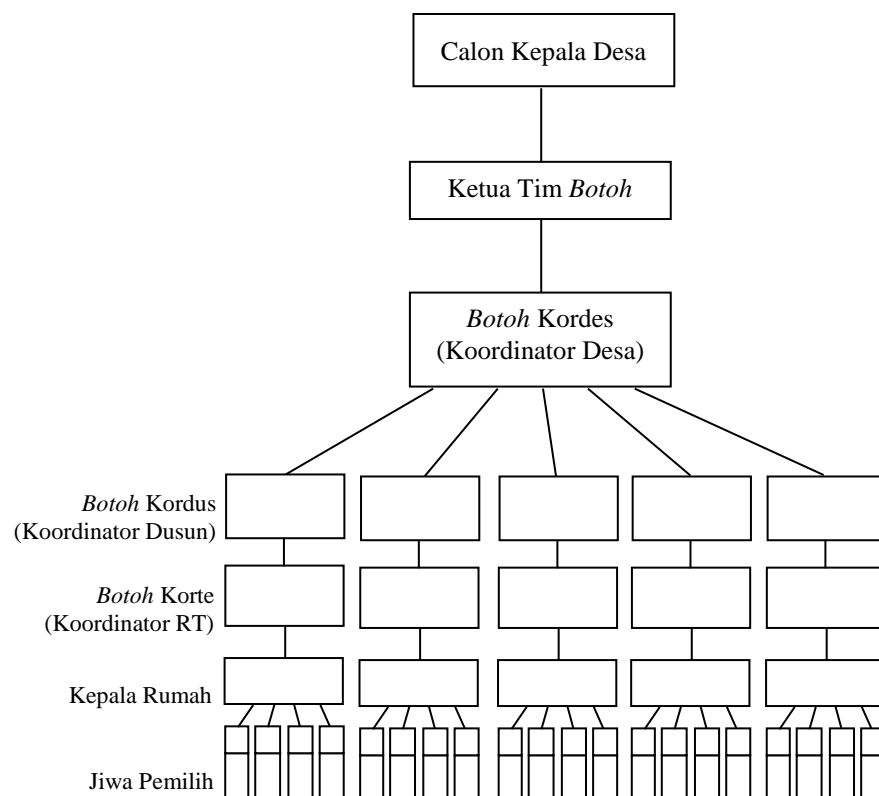
Mobilisasi massa yang dilakukan oleh *botoh* bertujuan untuk mencari dan mendapatkan suara pemilih sebanyak-banyaknya. Mobilisasi dilakukan melalui strategi berbasis karakter lokal yang sudah tumbuh dan mengakar di setiap waktu menjelang Pilkadaes di Desa Parakan. Strategi tersebut berupa *ngendong*, *jagongan* dan *ngaton*.

b. *Botoh* dalam tim pemenangan

Tim pemenangan adalah gabungan dari *botoh-botoh* yang terorganisasi dalam garis koordinasi yang rapi. Dalam tim pemenangan Calon Kepala Desa, *botoh* membentuk suatu struktur jaringan guna mempermudah koordinasi *botoh* dalam menjalankan strategi. Pola dalam struktur ini bekerja secara *multi-level* yaitu strategi mobilisasi massa dimana masing-masing *botoh* memiliki kedudukan dan tugas yang berbeda. Pada pemilihan Kepala Desa Parakan tahun 2019, *botoh* terbagi menjadi empat kedudukan yaitu *botoh* kordes (koordinator desa), *botoh* kordus (koordinator dusun), *botoh* korte (koordinator RT), dan *botoh* kepala rumah.

“Jadi kita kemarin strateginya semacam *multi-level marketing*, 1 (satu) orang *botoh* yang minimal memegang 4 (empat) orang pemilih. Kalau kita memberikan pertanggungjawaban itu tidak terlalu berat. Kalau 1 (satu) orang *botoh* membawa 20 atau 30 orang itu terlalu berat. Karena bagi saya, jika 1 (satu) orang mengawasi orang lain yg rumahnya jauh itu akan kesulitan dan tidak terkontrol.” (wawancara dengan Bina *botoh* Cakades nomor 1, tanggal 30 Desember 2019).

Menurut hasil analisis data yang bersumber dari wawancara dan dokumentasi, peneliti menemukan garis koordinasi yang dilalui *botoh* dalam menjalankan pemenangan. Hal ini dapat digambarkan seperti bagan dibawah ini:



Bagan 4.1 Struktur *Botoh*
Sumber: Hasil Analisis Peneliti.

Cara kerja *botoh* menganut pada wilayah administratif yang ada di desa. Desa Parakan terdapat lima (5) Dusun (setingkat RW) dan dua puluh enam (26) jumlah RT. Ketua tim *botoh* memiliki kedudukan yang tinggi dibawah Calon Kepala Desa. Ketua ini ditentukan berdasarkan hasil diskusi bersama *botoh-botoh* lain dan atas pertimbangan dari Cakades itu sendiri. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Bina *Botoh* Cakades 1 yang menyatakan bahwa “...secara keseluruhan itu semua orang yang terlibat dalam pemenangan sama-sama berjuang, namun dalam hal ini ada koordinator dan saya diminta untuk menjadi ketua.” (wawancara tanggal 30 Desember 2019).

Ketua tim *botoh* dibantu oleh *botoh* kordes berjumlah minimal lima (5) orang yang diambil dari masing-masing Dusun harus ada yang mewakili. Kedudukan ketua tim *botoh* bersama *botoh* kordes ini ialah menjadi tim inti dalam pemenangan Calon Kepala Desa. Dimana tim inti ini bertugas membantu Calon Kepala Desa menyusun visi, misi, strategi pemenangan, dan rekrutmen *botoh*. Untuk lingkup kerja *botoh* kordes sendiri mencakup wilayah satu desa dan mengkoordinasi *botoh-botoh* yang ada di dusun (*botoh* kordus). Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades 2.

“Yang menjadi *botoh* itu ada banyak, yang pasti dan yang termasuknya inti ini di atas saya dari calon Kepala Desa Nomor 2 ada 5 orang *botoh*, kemudian dibawah lima orang itu ada yang perwakilan masing-masing RW dan itu

termasuk saya.” (wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades nomor 2, tanggal 3 Januari 2020)

Menurut Woto *botoh* Cakades 1 dalam wawancara, *botoh* kordus berjumlah paling sedikit sepuluh (10) orang, karena masing-masing dusun dikoordinatori oleh dua (2) orang (wawancara tanggal 30 Desember 2019). *Botoh* kordus ini bertugas mengawasi wilayah dusun masing-masing serta menjembatani instruksi antara *botoh* kordes dengan *botoh* korte. Sedangkan *botoh* korte ialah yang bekerja dalam lingkup RT masing-masing dengan jumlah orang paling banyak. *Botoh* korte ini yang paling sering berhadapan langsung dengan pemilih (masyarakat).

Selain itu, *botoh* korte juga membentuk kepala rumah, dimana empat (4) rumah diambil satu (1) orang untuk dijadikan kepala rumah. Tugas kepala rumah ialah membantu *botoh* korte mengawasi pemilih secara langsung. Hal ini dilakukan karena tidak jarang para pemilih digoyahkan keyakinan minat pilih oleh *botoh* dari Cakades lawan. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Bina *botoh* Cakades 1 yang menyatakan bahwa “...adalah tentang strategi 4 rumah 1 orang *botoh*.” (wawancara 30 tanggal Desember 2019).

Hal serupa dilakukan *botoh* dari Cakades 2 yang disampaikan oleh Suhada tentang persebaran yang dilakukan *botoh*.

“Desa Parakan ada 5 RW, sehingga persebaran itu ada di setiap RW. Ada *botoh* saya di setiap RW itu. Masing-masing dari mereka memiliki tanggung jawab untuk saling menjaga. Yang dijaga terutama *botoh-botoh* dibawah perwakilan masing-masing RW itu.” (wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades nomor 2, tanggal 3 Januari 2020).

Pernyataan serupa yang lebih mendalam tentang persebaran *botoh*, disampaikan oleh Woto sebagai *Botoh* Cakades nomor 1. Bahwa *botoh* dibutuhkan dalam jumlah yang lebih banyak serta berupaya dapat memobilisasi massa secara menyeluruh. Serta untuk mempermudah *botoh* dalam menguasai dan mengawasi kawasannya, *botoh* disebar menurut domisili RT/RW mereka masing-masing.

“Persebarannya ialah dibentuk *botoh* di masing-masing RT. Mereka berdomisili di RT dan RW itu supaya mudah dalam pengawasan. Dengan ketentuan 4 rumah dijadikan 1 *botoh*. Karena satu Desa Parakan ini terdapat 24 RT, dikalikan 4. Hampir 100 *botoh* lebih. Dan mereka ini yang berhadapan langsung dengan para calon pemilih.” (wawancara dengan Woto *Botoh* Cakades nomor 1, tanggal 30 Desember 2019).

Pembentukan *botoh* dilakukan dengan sistem regenerasi dari masing-masing tingkatan dalam garis koordinasi. *Botoh* kordes dibentuk secara langsung oleh calon kepala desa, *botoh* kordus dibentuk oleh *botoh* kordes, *botoh* korte dibentuk oleh *botoh* kordus, dan *botoh* kepala rumah dibentuk oleh *botoh* korte.

Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Bina *Botoh* 1 yang menyatakan bahwa "...kami menggunakan ini (garis koordinasi *multi level*) sebagai tempat melahirkan *botoh-botoh* yang ada di bawahnya dengan pembentukan jaringan baru." (wawancara tanggal 30 Desember 2019).

2. Strategi *Botoh* dalam Pemenangan Pilkades

a. *Ngendong*

Strategi persebaran *botoh* yang kompleks, tidak dapat sepenuhnya menjadi kendaraan Calon Kepala Desa menuju kursi kemenangan. Tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi dan pendekatan untuk meyakinkan pemilih (masyarakat desa) masih menempati posisi pertama sebagai strategi memenangkan Pemilihan Kepala Desa di Desa Parakan. Mobilisasi massa ini menggunakan strategi "*ngendong*" yang berasal dari Bahasa Jawa. Menurut masyarakat lokal setempat, jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia, "*ngendong*" artinya "berkunjung" atau "bersilaturahmi". Dalam strategi pemenangan, *ngendong* memiliki makna berbeda dari yang sebenarnya, dimana *ngendong* merupakan aktivitas *botoh* untuk mengunjungi rumah-rumah masyarakat desa (calon pemilih) untuk menarik suara pemilih supaya berpihak pada Cakades yang diusungnya.

"...yang saya lakukan untuk tim pemenangan Calon Kepala Desa ini yaitu melakukan *ngendong* atau

kunjungan silaturahmi ke rumah-rumah warga yang menjadi calon pemilih.” (wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades nomor 2, tanggal 3 Januari 2020).

Botoh menjalankan strategi *gendong* di lingkungan RT/RW domisilinya sendiri. Biasanya *botoh* bergerak sendirian, namun untuk memperkuat pendapat yang akan disampaikan kepada calon pemilih maka tidak jarang *botoh* mengajak rekan *botoh* nya atau mengajak orang yang dituakan (*Kesepuhan*) yang ada di lingkungan tersebut.

Kesepuhan itu bukan *botoh* tapi memiliki kecenderungan memihak pada salah satu Cakades. Calon Kepala Desa atau Cakades itu sudah berkunjung dengan menyampaikan “*mohon doa restu*” ke rumah *Kesepuhan* sebelum menyerahkan kepercayaan mobilisasi massa kepada *botoh*. Sehingga, mudah bagi *botoh* untuk *mindoni* atau melakukan komunikasi yang kedua kali dengan *Kesepuhan* yang berkaitan dengan kemenangan Cakades. *Kesepuhan* yang diikutsertakan *ngendong* oleh *botoh* selain untuk memperkuat pendapat, juga untuk mendapatkan perlindungan, mendapatkan transfer sumber daya, dan untuk mendapatkan dukungan.

Strategi *ngendong* ini sebagai media mobilisasi massa dimana *botoh* membutuhkan komunikasi dengan kepala keluarga di rumah tersebut. Komunikasi yang disampaikan oleh *botoh* ialah berupa visi dan misi dari Calon Kepala Desa yang

diusungnya. Gaya bahasa yang digunakan *botoh* dalam berkomunikasi dengan pemilih, menggunakan bahasa komunikasi yang santai terkesan ringan dan bukan dengan cara formal yang kaku, sehingga pemilih mudah menerima meskipun di dalam isi komunikasi yang disampaikan tidak terlepas dari penekanan “*nyuwun tulung sanget supados direwangi milih*” (mohon bantuannya untuk dibantu memilih).

Tidak jarang juga obrolan ini merujuk pada pembahasan tentang membandingkan kelebihan dan kelemahan Cakades. Tentu saja, yang menjadi prioritas *botoh* tetap mengunggulkan kelebihan dari kandidat yang diusungnya. Penjelasan dari *ngendong* ini berdasarkan hasil wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades nomor 2.

“Menjaga calon pemilih ini melalui hubungan silaturahmi, kalau di desa istilah akrabnya “*ngendong*”. Lalu apapun yang kita bisa sambil berdiskusi dengan sesama *botoh*.” (wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades nomor 2, tanggal 3 Januari 2020).

Berbeda dengan yang disampaikan Suhada *botoh* Cakades nomor 2, Bina sebagai *botoh* dari Cakades nomor 1 tentang aktivitas *botoh* yang berupa *ngendong* ini tidak bisa dilakukan di Dusun tertentu.

“Dan di Dusun Bleber itu juga pihak lain tidak bisa masuk, jadi kalau di desa namanya silaturahmi (*ngendong*) merupakan adat waktu Pemilihan Kepala Desa, tidak bisa terlaksana. Saya lewat pun tidak diperbolehkan dan itu memang terjadi semua relawan semua pendukung dari calon Kepala Desa nomor 1, melewati wilayah sana itu

tidak bisa. Pasti dikawal mau ke desa tetangga yaitu ke Purwonegoro itu juga dikawal, saya sendiri mengalami. Dan Perjalanan saya diikuti, setelah lewat Purwonegoro itu mereka lepas. Begitu saya pulang juga ditunggu. Jadi saya diantar lagi sampai pulang ke rumah, begitu saya masuk rumah dia pergi.” (wawancara dengan Bina *botoh* Cakades nomor 1, tanggal 30 Desember 2019).

Dari strategi *ngendong* yang dilakukan oleh *botoh* kerumah pemilih ini, seorang *botoh* mampu memetakan kekuatan dukungan dalam wilayah *botoh* tersebut. *Botoh* melakukan beberapa analisis terhadap pemilih yang dikunjunginya melalui pengamatan terhadap beberapa hal, yaitu: *pertama*, jawaban yang disampaikan oleh pemilih. Pemilih tentu tidak dengan mudah memberikan jawaban secara *to the point* kepada *botoh*, ia akan memutar-mutarkan kalimat dan di sinilah tantangan *botoh* untuk lebih jeli dalam mencerna maksud yang disampaikan.

Kedua, *botoh* harus mengetahui latar belakang hubungan dari pemilih dengan masing-masing kandidat. Setelah mendengar jawaban pemilih, *botoh* perlu mengamati kedekatan hubungan yang dijalin antara pemilih dengan masing-masing Calon Kepala Desa. Keduanya harus saling dikaitkan karena meskipun ada ikatan saudara antara pemilih dengan Cakades, namun belum tentu pemilih akan memilih kandidat itu. *Ketiga*, jawaban yang pasti dari pemilih seperti “ya” atau “tidak” juga belum dapat dipegang sepenuhnya oleh *botoh* untuk *dimasukan dalam kantong kepastian*.

Dari tiga (3) cara analisis diatas, *botoh* mengupayakan diri untuk tidak terjebak dalam alur yang dibuatnya. Pemilih juga sudah banyak yang pandai bermain dalam strategi merahasiakan pilihannya. Fenomena seperti ini terjadi pada pemilihan kepala desa tahun 2019. Dimana *botoh kecolongan suara* akibat kurang jeli dalam mengamati dan mengawasi wilayah yang dipertaruhkannya. Target perolehan suara menjadi tidak tepat dan merugikan tim pemenangan yang berada pada pihak yang sama.

Strategi *ngendong* ini dilakukan berkisar pada pukul 19.00 WIB sampai pukul 23.00 WIB. Penentuan waktu tersebut bukan tanpa sebab, dimana merupakan strategi dari *botoh* karena pada waktu yang ditentukan ini penduduk desa tengah beristirahat di rumah masing-masing sembari berkumpul dengan keluarganya. Sasaran *botoh* adalah mengumpulkan suara sebanyak-banyaknya dan menjadikan *jam emas* ini untuk melancarkan *safari politik*. Hal tersebut berdasarkan pernyataan dari Suhada *botoh* Cakades nomor 2 yang menyebutkan bahwa “Biasanya saya melakukan kunjungan kisaran pukul 19.00 WIB sampai pukul 23.00 WIB karena ini merupakan jam istirahat sehingga dipastikan warga berada di rumah.” (wawancara tanggal 3 Januari 2020).

Botoh memiliki peran yang sangat penting dalam strategi ini. Peran tersebut berkaitan dengan interaksi langsung antara *botoh* dengan pemilih. Dalam konteks ini, *botoh* yang

meyakinkan pemilih benar-benar menjadi salah satu bagian terbesar pada keberhasilan perolehan suara.

Selain itu, mobilisasi massa melalui *ngendong*, lebih efektif daripada melalui media sosial. Hal ini dikarenakan masyarakat desa tidak semua memiliki alat komunikasi elektronik dan juga masyarakat masih lebih menyukai cara-cara tradisional. Pengguna serta pengakses media sosial sebagian besar dari kalangan pemilih pemula dan ini tentu belum memenuhi sasaran *botoh* secara umum. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Rohim *botoh* Cakades nomor 2.

“Untuk penggunaan media sosial sangat jarang bahkan sampai tidak digunakan. Paling hanya berisi grup-grup pendukung untuk koordinasi saja. Walaupun disini banyak anak muda, tapi tidak menggunakan media sosial untuk berkampanye. Karena, yang saya tahu dari pemuda itu masih dipengaruhi oleh orang tuanya. Dan menurut saya pendekatan yang tradisional itu masih lebih berguna daripada melalui elektronik seperti gaway.” (wawancara tanggal 3 Januari 2020).

Selain itu, *ngendong* menjadi salah satu strategi yang sangat efektif karena sudah terbukti dari masa ke masa saat Pemilihan Kepala Desa. Dimana Cakades yang unggul dalam perolehan suara ialah ia yang berhasil mengoptimalkan strategi ini untuk memobilisasi massa. Sedangkan Cakades yang kalah dikarenakan *botoh* kurang mampu dalam menguasai wilayah yang sudah dipetakan sendiri. Karena berdasarkan dari hasil perolehan suara Calon Kepala Desa nomor urut 1 mendapatkan perolehan

suara 1.427, dan Calon Kepala Desa nomor urut 2 mendapatkan perolehan suara 1.558. *Botoh* dari Cakades yang menang (nomor 2), mereka masif melakukan *ngendong*. Sedangkan untuk *botoh* dari Cakades yang kalah (nomor 1), mereka kurang masif dalam *ngendong*. Hal tersebut dikarenakan adanya keterlibatan *botoh* dari desa lain yang digunakan oleh Cakades nomor 2 untuk mengawasi pergerakan *botoh* lain seperti yang diungkapkan oleh Bina *botoh* Cakades nomor 1.

“...di Dusun Bleber itu juga pihak lain tidak bisa masuk, jadi kalau di desa namanya silaturahmi (*ngendong*) merupakan adat waktu Pemilihan Kepala Desa, tidak bisa terlaksana. Saya lewat pun tidak diperbolehkan dan itu memang terjadi semua relawan semua pendukung pendukung dari calon Kepala Desa nomor 1, melewati wilayah sana itu tidak bisa. Pasti dikawal...” (wawancara dengan Bina *botoh* Cakades nomor 1, tanggal 30 Desember 2019).

Perjuangan dari *botoh* Cakades nomor 2 tidak hanya berhenti sampai di sana saja, mereka juga berupaya melakukan negosiasi dengan menggunakan orang dari desa lain supaya dapat melakukan *ngendong* ke rumah pemilih. Hal tersebut diutarakan oleh Bina *botoh* Cakades 1 yang menyampaikan “...ini dilakukan dengan cara menemui orang dari desa lain yang berpihak ke calon Kepala Desa nomor 2 yang ada di Dusun Kalisawah dengan melakukan negosiasi, namun gagal.” (wawancara tanggal 30 Desember 2019).

Hal tersebut membuktikan bahwa *ngendong* sangat penting untuk dilakukan bagi *botoh-botoh* dan tim pemenangan Calon Kepala Desa. Disamping itu bagi mereka juga menjadi kerugian besar jika tidak dapat secara maksimal mengupayakan *ngendong* sebagai strategi utama untuk pemenangan.

b. *Jagongan*

Strategi pemenangan dalam Pilkadaes di Desa Parakan yang selanjutnya ialah “*jagongan*” yang berasal dari Bahasa Jawa yang menurut masyarakat lokal setempat, jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia artinya “duduk santai bersama lebih dari dua orang” atau “duduk menggerombol”. *Jagongan* bisa dilakukan pada waktu sore hari sebelum matahari terbenam di lingkungan luar rumah, di *angkruk*³, dekat persimpangan jalan, dan tempat strategis lainnya. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades nomor 2 yang menyampaikan bahwa “...hanya melakukan *jagongan* (duduk-duduk) di *angkruk*.” (wawancara tanggal 3 Januari 2020). Karena digunakan untuk strategi pemenangan, *jagongan* memiliki makna berbeda dari yang sebenarnya, dimana *jagongan* merupakan aktivitas *botoh* untuk memetakan suara pemilih di RT/RW tempat

³ *Angkruk* yaitu kursi panjang yang terbuat dari bambu yang diletakkan di tempat umum sebagai sarana kebiasaan orang desa yang bersantai bersama-sama di sore hari.

tinggalnya. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Suhada *Botoh* Cakades 2.

“Kalau dari makna masih sama seperti *jagongan* biasa di *angkruk*, di luar rumah dan tempat-tempat lain. Kan biasanya kalau orang sini suka *jagongan* saat ba'da ashar di tempat-tempat strategis pinggir jalan lebih seringnya. Karena itu, bagi kami *jagongan* ini digunakan sebagai salah satu media untuk mendekati masyarakat.” (wawancara tanggal 3 Januari 2020).

Untuk melakukan pendekatan dengan pemilih, tidak semua *botoh* secara terang-terangan menyampaikan maksud serta tujuannya dihadapan pemilih. Terdapat *botoh* yang diperuntukan menjalankan *tugas istimewa*. *Botoh* tersebut tidak menampakan bahwa dirinya adalah seorang *botoh* yang sedang mencari suara. Tujuan *botoh* dalam hal ini adalah untuk memetakan suara pemilih. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades 2 yang menyatakan bahwa “Sebenarnya dalam *jagongan*, kita tujuannya mencari basis suara di lingkungan itu.” (wawancara 3 Januari 2020).

Botoh yang bertugas dalam strategi *jagongan* ini berbeda orang dengan *botoh* yang bertugas meyakinkan pemilih. *Botoh* yang menjadi (istilahnya) “mata-mata (informan) pemilih” akan melakukan koordinasi dengan tim *botoh*. Selanjutnya “serangan” untuk meyakinkan pemilih dilakukan pada saat *ngendong* oleh rekan *botoh* nya yang terang-terangan menjadi *botoh* dari salah satu Cakades. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan

Suhada *botoh* Cakades 2 yang menyatakan bahwa “...orang yang kita tugaskan itu kita minta untuk menyamar supaya reaksi masyarakat dapat secara alami dapat muncul.” (wawancara tanggal 3 Januari 2020).

Botoh menjalankan strategi *jagongan* di lingkungan RT/RW domisilinya sendiri. Dalam hal ini, *botoh* bergerak sendirian. Tidak ada pendekatan khusus yang dilakukan oleh *botoh* dalam strategi tersebut, karena *botoh* hanya dengan membaur dalam *jagongan* seperti masyarakat pada umumnya. Cara membaur dalam *jagongan* cukup sederhana, dimana *botoh* bergabung bersama orang-orang yang sedang bersantai di *angkruk* atau menjadi orang pertama yang duduk di *angkruk* dan orang lain akan dengan sendirinya tertarik untuk bergabung. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades 2 yang menyatakan bahwa “...Paling kita hanya membaur di sana, kalau belum membahas Pilkades itu dari kita yang memancing pembicaraan.” (wawancara tanggal 3 Januari 2020).

Orang-orang yang melakukan *jagongan* tidak memiliki kategori khusus. Memiliki usia dan status sosial yang acak, karena siapapun orang di desa itu terbiasa dengan aktivitas *jagongan* ini. Saat wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades 2 menyebutkan “...anak-anak, orang tua, laki-laki, dan perempuan. Ramai sudah biasa setiap sore orang-orang keluar rumah untuk

jagongan bersama tetangga.” (wawancara tanggal 3 Januari 2020). Perkumpulan itu biasanya kurang lebih lima sampai sepuluh orang. Kondisi cuaca juga sangat mempengaruhi jumlah orang, ketika sore hari cerah maka semakin banyak orang yang keluar rumah dan *jagongan*.

Angkruk yang menjadi tempat umum sebagai sarana *jagongan* bagi masyarakat sekitar, dengan mudah melahirkan dan menyebarkan isu-isu tentang calon kepala desa. Menjadi sangat jelas dan mudah untuk diamati karena terdapat dua arah pembicaraan, yaitu: (1) bagi orang yang mendukung salah satu Cakades akan membicarakan keunggulan dan segala kelebihan tentang sifat positif dari Cakades itu; (2) bagi orang yang tidak mendukung, cenderung menceritakan kekurangan dan sifat negatif kandidat itu.

Forum *jagongan* ini menjadi tempat ajang diskusi. Di satu sisi mendatangkan opini dari pendukung dan di sisi yang lainnya menguak opini dari bukan pendukung. Maka dari itu secara tidak langsung terisi dengan ajakan atau saling mengajak untuk mendukung salah satu Cakades. *Botoh* sangat terbantu dalam situasi ini, dimana ia hanya perlu membaaur tanpa harus menjadi pemantik. Selain itu, segala macam hal informasi yang disampaikan oleh pemilih lebih bebas dan terbuka. Karena disini pemilih tidak merasa diawasi oleh siapapun.

c. Ngaton

Masa pemilihan menjadi momen yang paling dinantikan baik oleh Cakades, Tim Pemenangan, *Botoh*, maupun seluruh masyarakat desa. Pada hari itu, massa berkumpul dalam satu tempat. Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa Parakan tahun 2019 di TPS yang bertempat di Lapangan Utama Desa Parakan. Perjalanan *botoh* hampir sampai pada akhir masa untuk mempertaruhkan Cakades yang diusungnya. Masing-masing tim pemenangan telah mempersiapkan pertahanan keamanan atas suksesnya Pilkades.

Strategi pemenangan yang dilakukan oleh *botoh* pada hari penentuan itu ialah “*ngaton*” yang artinya memperlihatkan dirinya kepada banyak orang. *Botoh* ibarat memanen hasil mobilisasi massa yang telah dilakukannya sejak satu bulan terakhir. Disamping itu juga *botoh* menunjukkan kepada pemilih bahwa sumber daya yang dimilikinya sedang berada pada level yang paling tinggi berkat usaha *botoh* menjalankan strategi pemenangan dan setelah melakukan transfer sumber daya bersama Cakades dan *kesepuhan*.

Ngaton yang dilakukan oleh *botoh* terdapat tiga tahapan: *pertama*, *botoh* menjemput, mengawal, dan mengantar Cakades ke tempat pemilihan yang dalam hal tersebut *botoh* menunjukkan

dirinya (*ngaton*) benar-benar bersama Cakades yang diusungnya sebagai upaya meyakinkan pemilih secara visual. Pada pagi hari, *botoh* datang menuju rumah Cakades untuk turut bersiap dan menyiapkan apa yang diperlukan guna mewujudkan strategi pemenangan di hari terakhir yang akan dijalankan. Perjalanan Cakades menuju tempat pemilihan tentu tidak luput dari pengawalan ketat dari para *botoh* dan pendukungnya. Tentu saja, segala bentuk atribut yang biasa dibawa pada masa kampanye telah dilepas. Sesampainya Cakades di TPS, *botoh* mengantar hingga ke panggung tempat Cakades duduk sembari menunggu hingga pemungutan suara ditutup dan perhitungan suara selesai.

Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades 2 yang mengakui bahwa "...hari H pemilihan itu saya sekitar jam 04.00 WIB pagi ke rumah calon Kepala Desa Nomor 2 untuk ikut mengawal perjalanan beliau dari rumah sampai ke lapangan Desa Parakan..." (wawancara tanggal 3 Januari 2020). Di bawah ini, peneliti sertakan foto TPS (Tempat Pemungutan Suara) yang menampilkan tata letak lokasi TPS dan panggung yang ditunjuk sebagai tempat duduk Cakades saat hari H pelaksanaan Pilkades.



Gambar 4.2 Tempat Pemungutan Suara (TPS) Pilkadaes di Desa Parakan tahun 2019, panggung tempat Calon Kepala Desa duduk ada di belakang atau lurus dengan pintu keluar dengan menghadap ke arah TPS.

Sumber: Foto Dokumentasi Peneliti, 2019.

Kedua, setelah mengantar Cakades menuju kursi diatas panggung, *botoh* menyebar ke seluruh penjuru Lapangan Desa. Tidak dapat dihindari, *botoh-botoh* masuk dan berbaur dengan masyarakat desa yang hendak melakukan pemungutan suara. Keberadaan *botoh* yang berbaur ini menjadi suatu hal yang sangat penting. *Botoh* yang berusaha *ngaton* diantara calon pemilih bertujuan untuk mengawasi jalannya pemilihan, mengamati pergerakan *botoh* dari kandidat Cakades lawan, serta berusaha *ngaton* dihadapan calon pemilih. Hal tersebut selaras dengan yang disampaikan Suhada *botoh* Cakades 1.

“...waktu hari H pemilihan saya di sekitar tempat pemungutan suara untuk melakukan pemantauan yaitu misalnya, ada calon pemilih yang sudah mengiyakan hendak memilih calon Kepala Desa Nomor 2, dan hadirnya saya disitu secara tidak langsung untuk mengingatkan kembali. Istilahnya “*ngaton*”. Supaya calon pemilih itu memiliki keyakinan kuat untuk memilih calon Kepala Desa Nomor 2.” (wawancara tanggal 3 Januari 2020).

Pengawasan yang dilakukan *botoh* merupakan langkah yang dilakukan untuk memastikan bahwa pelaksanaan Pilkades tetap kondusif. Menjadi suatu hal yang sangat tidak diharapkan apabila terjadi kecurangan sehingga merugikan perolehan suara bagi kandidat Cakades yang diusung oleh masing-masing *botoh*. Selanjutnya, pengamatan yang dilakukan oleh *botoh* terhadap *botoh* dari Cakades lawan juga merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan, karena hasil perolehan suara Pilkades di Desa Parakan sebagian besar berasal dari kerja keras dalam mobilisasi suara yang dilakukan oleh *botoh* terhadap pemilih.

Selanjutnya, usaha *ngaton* yang dilakukan *botoh* di hadapan calon pemilih dimaksudkan untuk menunjukkan kepada para calon pemilih bahwa *botoh* yang datang ke rumah mereka adalah benar-benar setia mendukung Cakades yang sudah disebutkan sejak awal. Rata-rata *botoh* sudah menemui calon pemilih di rumah mereka masing-masing. Jika calon pemilih melihat *botoh-botoh* yang pernah mengunjunginya, maka secara tidak langsung menjadi pengingat bahwa *botoh* yang dilihat pernah menyampaikan nama Cakades yang didukung. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades 2.

“...tujuan *ngaton* ini adalah kita ikut mengawasi. Bukan maksud berperasangka buruk atau gimana, tapi bisa dimungkinkan ada oknum yang bisa saja merusak bahkan

mengacaukan suasana.” (wawancara tanggal 3 Januari 2020).

Strategi *ngaton* membutuhkan koordinasi *botoh* yang teratur. Untuk memperkuat pengawasan, *botoh* dibagi dalam beberapa titik, yang *pertama*, *botoh* korte (koordinator tingkat RT) membaur bersama antrean calon pemilih. Disamping itu, beberapa *botoh* korte membagikan air minum gratis kepada calon pemilih. Menariknya, *botoh* mampu membaca dan memanfaatkan situasi ini. Antrean panjang para calon pemilih dibawah terik panas matahari, mampu dicairkan oleh tawaran *botoh* untuk menerima air mineral. Hal tersebut berdasarkan hasil analisis dari foto dokumentasi peneliti di bawah ini.



Gambar 4.3 Suasana area pemungutan suara disertai pemberian air minum oleh *botoh* kepada calon pemilih yang sedang antre dalam menunggu giliran mengambil hak suara.

Sumber: Foto Dokumentasi Peneliti, 2019.

Kedua, botoh kordus (koordinator tingkat Dusun/RW) melakukan monitoring dan pemantauan dengan cara berkeliling di sekitar TPS. Dan yang *ketiga, botoh* Kordes (koordinator tingkat desa) berada di garis paling luar dari lapangan TPS. Pemantauan itu terus dilakukan disertai dengan selalu memperbarui informasi dan terus saling berkomunikasi serta berkoordinasi. Pergerakan *botoh* nampak sangat terlihat karena selain *botoh*, orang-orang yang tidak berkepentingan atau pemilih yang telah selesai melakukan pemungutan suara tidak akan keluar dari batas garis pembatas TPS. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Suhada *botoh* Cakades nomor 2.

“...kita di bagi menjadi tiga titik. Ada yang bersama pemilih, ada yang hanya berjalan-jalan di sekitar, dan ada yang di garis terluar lapangan. Kita saling koordinasi, kalau ada sesuatu yang tidak diinginkan bisa dengan mudah kita segera mengatasi.” (wawancara tanggal 3 Januari 2020).

C. Pembahasan

1. Peran *Botoh* dalam Pemenangan Pilkades

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 yang dimaksud ialah *botoh*, yang kemudian *botoh* memengaruhi norma, harapan, dan perilaku yang terkait dengan peran yaitu dalam pemenangan elektoral. Peran *botoh* ditempatkan sebagai seperangkat harapan kemenangan Cakades dalam kontestasi politik yaitu Pilkades.

Dalam konteks ini pembagian peran dan struktur yang ada dalam *botoh* mencakup Kordes, Kordus, Korte, dan kepala rumah. Hal tersebut ada pada Tim Pemenangan Cakades nomor 1 dan Cakades nomor 2. Berikut ini bagan pembagian peran dan struktur *botoh* pada Cakades nomor 1 dan Cakades nomor 2. Peran ini juga mempengaruhi faktor pemenangan pada masing-masing Cakades, dimana struktur yang dibentuk untuk menjalankan peran tersebut berfungsi untuk mempermudah koordinasi bagi *botoh-botoh* dalam menjalankan strategi pemenangan.



Bagan 4.2 Peran dan Struktur *Botoh*

Botoh merupakan aktor lokal yang memiliki kemampuan mempengaruhi masyarakat untuk memilih Calon Kepala Desa yang diusungnya. *Botoh* 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 teori aktor 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 mereka, melalui aksi pencerahan, penyadaran, advokasi

dan mobilisasi warga masyarakat. Dimana, kepentingan *botoh* ini ialah mengupayakan kemenangan Calon Kepala Desa yang diusungnya.

Dalam konteks ini *botoh* sebagai aktor lokal selalu bertindak mencerminkan latar belakang identitas lokalnya yaitu terletak pada penggunaan istilah-istilah lokal yang digunakan *botoh* pada kemenangan Pilkades di Desa Parakan tahun 2019. Hal tersebut selaras dengan teori dari Bourdieu (dalam Sjaf, 2014: 317), yaitu aktor merefleksikan segala tindakannya yang dipengaruhi oleh struktur identitas etniknya dan pengalaman pribadi aktor. Dengan kata lain, kemenangan elektoral berbasis karakter lokal tidak lepas dari peran *botoh* yang menjalankan strategi dengan pengaruh latar belakang karakter lokalnya.

Bergabungnya *botoh* dalam tim kemenangan bermula dari permintaan Calon Kepala Desa dengan cara menemui orang-orang yang dipercaya mampu membantu memenangkan Pemilihan Kepala Desa. Calon Kepala Desa menemui orang-orang yang akan dijadikan tim inti. Tim tersebut yang digunakan oleh Calon Kepala Desa untuk membantu bertukar pikiran serta menjalankan kendali kemenangan yang paling pusat. Seperti yang disebutkan Kartodirdjo (1992: 281) *botoh* merupakan orang yang menjadi penasehat atau ahli siasat seorang Calon Kepala Desa untuk bisa memenangkan elektoral. *Botoh*

ini memiliki banyak pengalaman tentang Pilkades yang didapatkan dari keikutsertaan pada pemenangan Pilkades masa sebelumnya.

Peran memiliki karakteristik yang dihasilkan dari aktivitas yang dilakukan oleh *botoh* serta dibebani oleh harapan untuk menang. Karakteristik itu muncul dari langkah pendekatan melalui peran yang dilakukan oleh *botoh*. *Botoh* 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 seperti tetangga, teman dekat, keluarga atau saudara.

Hal tersebut seperti yang disebutkan Hall (dalam Sesen, 2015: 140) yang mendefinisikan perilaku peran sebagai pola perilaku yang dihasilkan oleh organisasi dengan menggabungkan karakteristiknya sendiri dan ekspektasi lingkungan. Hubungan ini juga menjadi cikal bakal munculnya hubungan patron-klien yang berusaha ditanamkan oleh *botoh* dari tingkat yang paling dasar seperti yang dilakukan melalui tugas *botoh* korte dan *botoh* kepala rumah kepada jiwa pemilih.

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 (Saleh, 2009: 97-102). Hadirnya *botoh* dalam pemenangan Pilkades di

Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara didasari oleh hubungan yang sebelumnya sudah terjalin dengan Calon Kepala Desa yaitu atas dasar hubungan kekerabatan dan pertemanan. Hal tersebut menjadi latar belakang antara *botoh* dan Cakades yang kemudian membangun hubungan yang kuat untuk tujuan pemenangan Pilkades.

Karakter dari hubungan Patron-Klien menurut Roniger diidentifikasi antara lain (Saleh, 2009: 29):

- a) Hubungan Patron-Klien adalah partikularistik atau khusus dan menyebar. Produk-produk dan jasa dipertukarkan atau diberikan berdasarkan kedudukan aktor sosial yang terlibat dalam pertukaran itu, bukan berdasarkan pada hak yang mereka dapatkan sebagai masyarakat. Hubungan antara Cakades dan *botoh* tidak melihat pada batas segi kemampuan, mereka lebih menekankan pada cara mobilisasi massa untuk mendapatkan perolehan suara sebanyak-banyaknya dan merujuk pada keunggulan hasil akhir perhitungan suara.
- b) Hubungan Parton-Klien adalah hubungan yang sangat selektif. Banyak orang yang tidak termasuk dalam jaringan ini atau hanya tersangkut secara tidak langsung dan tidak berkesinambungan. Bahwa *botoh-botoh* yang mendapat kepercayaan paling tinggi dari Cakades ialah mereka yang benar sudah sangat dekat dengan Cakades dan memiliki latar belakang hubungan yang kuat.

Sedangkan *botoh-botoh* yang mendapat kepercayaan lemah dari Cakades adalah *botoh* yang secara struktural berada di tingkatan bawah. Dalam hal ini, *botoh* dengan kualitas mendapat kepercayaan rendah dari Cakades dikoordinasikan oleh *botoh* yang bersangkutan langsung dengan Cakades.

- c) Hubungan Patron-Klien bercirikan pertukaran simultan antara dua tipe sumber dan jasa yang berbeda: (1) instrumental, yaitu *botoh* mendapatkan keuntungan berupa materi dan Cakades mendapat keuntungan berupa jabatan; (2) sociational, yaitu berupa janji kesetiaan dan solidaritas seperti yang dilakukan *botoh* untuk mendapat pengakuan lebih tentang dirinya yang berniat mendaftarkan diri dalam pendaftaran perangkat desa yaitu sebagai Kadustahun 2020.
- d) Patron dan Klien menerima keterikatan hubungan mereka secara mutlak atau tanpa syarat. Hubungan tersebut dipersepsikan sebagai hubungan jangka panjang dan lepas dari imbalan tertentu, penghargaan dan kewajiban yang muncul dari ikatan tersebut juga berlangsung dalam jangka panjang. Seperti yang terjadi pada *botoh-botoh* yang rela turut membantu dalam mencari dan melakukan iuran untuk biaya akomodasi dalam pemenangan Cakades, *botoh* dan Cakades keluar dari rasa untuk mendapatkan keuntungan dalam bentuk apapun. Setelah tujuan utama dalam

rangka memenangkan Pilkadaes itu berakhir, timbul rasa solidarisme yang kuat dan mengakar dalam diri keduabelah pihak.

- e) Hubungan klientelisme terbentuk antara individu-individu yang berbeda status (tinggi dan rendah). Hubungan tersebut tidak bersifat kontraktual atau legal, tetapi lebih bersifat informal dan saling pengertian. Hubungan Cakades dengan *botoh* lebih berdasar pada rasa saling peduli dan tidak memikirkan rugi yang bisa saja terjadi pada mereka. Apabila terjadi ingkar dari salah satunya maka cukup dengan langsung memutus hubungan, tidak kemudian melanjutkan dengan dendam atau semacamnya. Hal tersebut karena masing-masing Cakades dan *botoh* berpikir jauh ke depan bahwa proses pemenangan ini hanya sementara dan akan segera berakhir kembali pada kehidupan jalannya masing-masing.

Pola hubungan yang bersifat *clientelistic* ini tumbuh dan berkembang karena ada orang ketiga yang menjadi perantara, atau yang disebut sebagai *broker* atau *middleman* (Saleh, 2009: 8). Peran *botoh* dalam pemenangan Kepala Desa di Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara adalah suatu hal yang sangat berpengaruh untuk mewujudkan strategi pemenangan dalam Pilkadaes. Peneliti menemukan dua peran yang terbagi dalam ruang gerak, yaitu peran *botoh* yang bergerak secara individu dan peran *botoh* yang bergerak dalam tim pemenangan.

Dua (2) ruang gerak *botoh* tersebut ialah: *pertama*, bergerak secara individu. Dimana *botoh* melakukan aktivitas dengan dasar inisiasi sendiri tanpa melibatkan persetujuan dengan rekan satu tim. Hal tersebut memiliki keterkaitan dengan cara pandang dan sikap yang didasari dari pengaruh kebiasaan orang setempat menyelesaikan masalah yang menurutnya mampu diatasi sendiri tanpa membebani orang lain. Seperti yang disebutkan Tjahjoko (2015: 196) bahwa sistem nilai budaya yang ada dalam masyarakat itulah yang memengaruhi cara pandang, sikap, dan perilaku masyarakat itu sendiri.

Kesuksesan *botoh* dalam memobilisasi massa tentu sangat bergantung pada kiat-kiat yang dilakukan oleh *botoh*. Tidak jarang *botoh* keluar dari arahan tim pemenangan dan menggunakan caranya sendiri supaya ia dapat memperoleh massa guna mendukung dan memilih Calon Kepala Desa yang didukung *botoh* itu. Tindakan ini dilakukan *botoh* guna mendapatkan orientasi baik untuk pemilih, untuk dirinya maupun untuk Calon Kepala Desa.

Kedua, *botoh* bergerak dalam tim pemenangan yang didalamnya terdapat pola struktur yang bekerja secara *multi-level* yaitu strategi mobilisasi massa dimana masing-masing *botoh* memiliki kedudukan dan tugas yang berbeda. *Botoh* terbagi menjadi empat kedudukan yaitu *botoh* kordes (koordinator desa), *botoh* kordus (koordinator dusun), *botoh* korte (koordinator RT), dan *botoh* kepala rumah.

Konteks ini memiliki arah yang sama pada tipologi *aktor-struktur* yang disebutkan oleh Sjaf (2014: 51-52), yaitu memberikan gambaran bahwa *botoh* tidak dapat menghindar dari tekanan struktur di atasnya, melainkan mampu mengonstruksi kondisi yang ada sesuai dengan konteks kepentingan yang dimiliki *botoh* tersebut.

Selain itu, *botoh* melakukan interaksi dengan pemilih melalui strategi *multi-level* yang didalamnya meringankan aktivitas *botoh* untuk menguasai wilayah persebaran dan memperkuat jaringan yang dibuat oleh *botoh* sebagai siasat mengantongi suara sebanyak-banyaknya. Dari strategi ini pula berhasil membentuk suatu kelompok sosial yang di dalamnya terdapat jaringan komunikasi paten serta menjadi rantai sosial yang saling terikat dari orang-orang yang ada di dalamnya (Sukmana, 2016: 159). Langkah yang dilakukan oleh *botoh* dalam memperkuat jaringan yaitu dengan memanfaatkan jaringan paten yang sudah ada, jaringan tersebut berupa wilayah administratif yang ada di desa. *Botoh-botoh* menyebar disetiap rumah, RT, dan RW yang telah ditentukan.

Secara tidak langsung *botoh* menjadi agen dan terlibat dalam meningkatkan jumlah partisipasi pemilih. Terlebih ketika Pemilihan Kepala Desa Parakan tahun 2019, terdapat *botoh* dan masyarakat domisili Desa Parakan yang merelakan dirinya cuti dari pekerjaan yang berada di luar kota bahkan luar Pulau Jawa untuk turut serta mensukseskan kemenangan kandidat calon kepala desa yang

didukungnya. Hal itu dapat mengungkapkan bahwa jaringan komunikasi (Sukmana, 2016: 159) yang dijalin begitu kuat serta membuat *botoh* tetap pada pendirian mereka meskipun resiko yang dihadapinya bukan sebatas main-main belaka.

Munculnya *botoh* dalam pemilihan kepala desa di Desa Parakan 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. Hal ini menunjukkan keselarasan terhadap yang diungkapkan Wisnumurti (2012: 161-162) bahwa tumbuhnya kesadaran ideologi budaya dengan menggunakan pendekatan adat dan budaya sebagai nilai bersama, menunjukkan menguatnya sedimentasi lokalitas masyarakat tentang rasa aman dan nyaman yang awalnya berada di luar diri menjadi tercipta dan diciptakan oleh diri.

2. Strategi *Botoh* dalam Pemenangan Pilkades

Strategi adalah keseluruhan rencana tentang tindakan dan keputusan yang bersifat intuitif, kesatuan dasar dan tujuan rencana memberikan warna atau ciri terhadap strategi tersebut (Moertopo, 1974: 3). Strategi politik yang tumbuh dalam demokrasi Indonesia mengalami perkembangan-perkembangan yang dipengaruhi oleh keragaman budaya dan karakter lokal. Pada konteks strategi dalam pemenangan elektoral lokal, banyak karakter yang dipengaruhi oleh

peran. Berikut dengan strategi pemenangan yang digunakan oleh aktor lokal setempat menjadi cerminan umum bahwa Indonesia tidak terlepas dari pengaruh karakter lokal.

Strategi pemenangan yang dilakukan oleh *botoh* merupakan hasil dari kolaborasi pemikiran yang dilakukan bersama tim, namun pada saat praktek di lapangan *botoh* melakukan tindakan berdasar inisiasinya sendiri. Berdasar dari hal tersebut, strategi pemenangan yang dilakukan oleh *botoh* dalam Pilkades di Desa Parakan memiliki ciri atau karakter yang berbeda. Karakter tersebut berasal dari pemanfaatan ciri lokal yang sudah melekat kemudian diolah sedemikian rupa menjadi suatu strategi pemenangan dengan basis lokal.

Strategi politik adalah segala rencana dan tindakan untuk memperoleh kemenangan dan meraih kursi dalam pemilu (Napir, 2016: 150-152). Tujuan utama *botoh* dalam Pilkades adalah untuk memenangkan kontestasi pemilihan dengan cara 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*. 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. Pemenangan berbasis karakter lokal adalah sebuah

praktik pemenangan dimana strategi pemenangan dilakukan melalui sarana kebiasaan masyarakat.

Strategi pemenangan dalam Pilkades yang berbasis karakter lokal tersebut didapatkan dari penggunaan istilah serta cara pemenangan lokal. Strategi tersebut, yaitu: (1) *ngendong* sebagai media mobilisasi massa merupakan aktivitas *botoh* untuk mengunjungi rumah-rumah masyarakat desa (calon pemilih) untuk menarik suara pemilih supaya berpihak pada Cakades yang diusungnya; (2) *jagongan* merupakan aktivitas *botoh* untuk memetakan suara pemilih di RT/RW tempat tinggalnya dengan cara duduk bersama banyak orang di luar rumah; dan (3) Strategi pemenangan yang dilakukan oleh *botoh* pada hari pelaksanaan Pilkades itu ialah *ngaton* yang artinya memperlihatkan dirinya kepada banyak orang bahwa ia benar-benar ada dan hadir untuk Cakades yang diusungnya.

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 *botoh* sebagai aktor pemenangan, apakah dia diterima oleh pemilih atau tidak. Semakin banyak *botoh* memperluas segmen pemilih dan menembus pemilih baru, semakin besar peluangnya untuk meraih suara banyak. Strategi *ofensif* telah dilakukan oleh *botoh* melalui strategi *ngendong* dan

jagongan, yang di dalamnya bertujuan untuk mendapatkan basis dan memetakan suara yang bisa didapatkan.

(2) Strategi *defensif* dimana *botoh* 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. Dalam konteks ini, strategi *ngendong* dan *ngaton* berada pada strategi *defensif* dimana merupakan langkah untuk mempertahankan basis suara sebelum pemilihan dan pada saat pemilihan.

Strategi kemenangan yang diciptakan *botoh* adalah untuk menganalisa kekuatan atau potensi suara yang dapat diraih dan melakukan pendekatan terhadap pemilih. Hal tersebut seperti yang di sebutkan Firmanzah (2007: 123) bahwa 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. *Botoh* melakukan identifikasi ini melalui aktivitas *jagongan*. Seperti yang dimaksudkan oleh tim kemenangan bahwa *jagongan* merupakan suatu strategi untuk memetakan suara pemilih. Selain itu, *jagongan* yang dilakukan merupakan penyamaran *botoh* dengan menjadi informan

atau mata-mata pemilih, maka langkah tersebut turut menjadi acuan dalam menyusun strategi pemenangan selanjutnya.

Aktivitas *botoh* yang berupa *ngendong* dan *ngaton* mengandung beberapa konsep strategi politik seperti yang disebutkan oleh Firmanzah (2007: 124-125), yaitu: strategi penguatan; strategi menanamkan keyakinan; strategi pengenalan dan merebut. *Pertama*, strategi penguatan merupakan cara *botoh* untuk membangun, mempertahankan dan memperkuat ikatan yang baik antara pemilih, *botoh*, dan Cakades yang diusungnya. Strategi penguatan dilakukan melalui *ngendong* sebagai ruang untuk melakukan komunikasi dengan pemilih dan *ngaton* sebagai aktivitas yang berupaya mengingatkan pemilih pada hari pelaksanaan Pilkades.

Kedua, strategi menanamkan keyakinan merupakan langkah *botoh* yang harus dilakukan untuk meyakinkan pemilih supaya tetap yakin untuk memilih Cakades yang diusung *botoh*. *Botoh* membangun, memupuk dan menanamkan keyakinan yang kuat pada pemilih untuk mendukung Cakades yang diusung *botoh* dengan melalui *ngendong* sebagai metode pendekatan dan *ngaton* digunakan untuk menampakkan keseriusan *botoh* benar-benar hadir untuk mendukung Cakades yang diusungnya.

Ketiga, strategi pengenalan dan merebut adalah cara *botoh* untuk memperkenalkan dan mengambil alih suara pemilih atas keberpihakan dari Cakades lainnya. Strategi ini lebih terarah

menggunakan strategi *ngendong*, dimana membutuhkan komunikasi mendalam untuk membangun kesan positif pemilih terhadap Cakades yang sedang ditawarkan oleh *botoh*. Bagaimanapun, penciptaan rasa harmonis dilalui oleh *botoh* dalam melakukan pendekatan pada pemilih.

Wujud peran dan strategi yang dilakukan oleh *botoh* dalam mengupayakan kemenangan ialah juga berkenaan pada maksud untuk melakukan kampanye politik. Dimana menurut Loisa dan Setyanto (2012: 722) kampanye dilakukan dengan serangkaian tindakan yang ditujukan untuk membujuk sejumlah besar masyarakat (pemilih). Dari hal ini sudah 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. Hal ini dilakukan oleh *botoh* dengan memberikan penyampaian visi dan misi Cakades dalam beberapa agenda saat *ngendong*, *jagongan*, dan *ngaton*.

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 (*middleman*) 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 Institutional 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 Politisasi 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 Pilkadaes. *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.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian

INSTRUMEN PENELITIAN

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

Penulis : Ade Tri Widyanti

No.	Rumusan Masalah	Tujuan Penelitian		Indikator		Pertanyaan	Subjek	Teknik Pengumpulan Data
1.	Bagaimana peran dan strategi <i>botoh</i> dalam pemenangan pemilihan kepala desa di Desa Parakan tahun 2019?	Untuk mengetahui peran <i>botoh</i> dalam pemenangan pemilihan kepala desa di Desa Parakan tahun 2019.	1	Mengetahui gagasan awal seseorang menjadi <i>botoh</i>	1	Siapa yang berperan menjadi <i>botoh</i> ?	Sugeng Istoyo (Cakades No. 1)	Dokumentasi dan Wawancara
					2	Apa pekerjaan masing-masing <i>botoh</i> tersebut?	Saryo (Cakades No. 2)	
					3	Apa status hubungan <i>botoh</i> dengan calon Kepala Desa?	Bina (<i>Botoh</i> No. 1)	
					4	Apa motivasi <i>botoh</i> dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?	Woto (<i>Botoh</i> No. 1)	
					5	Apa yang digagas <i>botoh</i> untuk memenangkan calon Kepala Desa?	Suhada (<i>Botoh</i> No. 2)	
			2	Mengetahui tujuan <i>botoh</i> dalam tim pemenangan calon Kepala Desa	1	Apa tujuan <i>botoh</i> dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?	Rohim (<i>Botoh</i> No. 2)	
			3	Mengetahui kontribusi yang	1	Apa yang ditawarkan <i>botoh</i> kepada tim		

				diberikan oleh <i>botoh</i> untuk tim pemenang calon Kepala Desa		pemenangan calon Kepala Desa?	
					2	Apa kontribusi yang diberikan <i>botoh</i> untuk tim pemenang calon Kepala Desa?	
			4	Mengetahui histografi <i>botoh</i> dalam tim pemenang calon Kepala Desa	1	Berapa jumlah <i>botoh</i> yang bergabung dalam tim pemenang calon Kepala Desa?	
					2	Bagaimana persebaran <i>botoh</i> dalam tim pemenang Kepala Desa?	
			5	Mengetahui latar belakang seseorang menjadikan diri sebagai <i>botoh</i> dalam upaya memenangkan calon kepala desa di Desa Parakan	1	Apa yang mendorong <i>botoh</i> masuk dalam tim pemenang calon Kepala Desa?	
					2	Bagaimana <i>botoh</i> terlibat dalam tim pemenang calon Kepala Desa?	
					3	Apa yang membuat <i>botoh</i> yakin mengusung calon Kepala Desa tersebut?	
					4	Apa saja yang dipertimbangkan oleh <i>botoh</i> untuk masuk dalam tim pemenang	

					calon Kepala Desa?			
			6	Mengetahui sumber dana yang digunakan <i>botoh</i> untuk memenangkan calon Kepala Desa	1	Untuk memenuhi operasional, dari mana <i>botoh</i> mendapatkan dana?		
					2	Adakah donasi dari seseorang?		
					3	Adakah penggalangan dana untuk menyokong keuangan biaya operasional?		
		Untuk mengetahui strategi <i>botoh</i> dalam pemenangan pemilihan kepala desa di Desa Parakan tahun 2019.	1	Mengetahui cara <i>botoh</i> mengenalkan diri pada tim pemenangan calon Kepala Desa	1	Bagaimana cara <i>botoh</i> mengenalkan diri kepada tim pemenangan calon Kepala Desa?		
					2	Media apa yang digunakan <i>botoh</i> untuk mempromosikan calon Kepala Desa?		
					3	Bagaimana cara <i>botoh</i> meyakinkan masyarakat untuk memilih calon Kepala Desa?		
					4	Apakah ada sasaran kalangan tertentu sebagai strategi untuk mendulang dukungan?		
			2	Mengetahui kerjasama eksternal <i>botoh</i>	1	Apakah <i>botoh</i> menjalin kerjasama dengan pihak lain?		

				2	Bagaimana strategi dalam kerjasama tersebut?		
				3	Apa tujuan menjalin kerjasama tersebut?		
			3	Mengetahui strategi <i>botoh</i> dalam memenangkan calon kepala desa pada pemilihan Kepala Desa di Desa Parakan tahun 2019	1	Bagaimana peran <i>botoh</i> dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?	
					2	Bagaimana strategi <i>botoh</i> dalam memenangkan calon Kepala Desa?	
			4	Mengetahui keuntungan yang didapatkan oleh calon Kepala Desa, tim pemenangan, dan <i>botoh</i>	1	Keuntungan dalam bentuk apa yang didapatkan calon Kepala Desa?	
					2	Keuntungan dalam bentuk apa yang didapatkan tim pemenangan calon Kepala Desa?	
					3	Keuntungan dalam bentuk apa yang didapatkan <i>botoh</i> ?	

Lampiran 2. Pedoman Wawancara

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

A. Subjek Penelitian :

B. Identitas Informan

Hari/Tanggal :

Waktu Wawancara :

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

C. Pertanyaan

1. Apa status hubungan *botoh* dengan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....

2. Apa motivasi *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....

3. Apa yang digagas *botoh* untuk memenangkan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

4. Apa tujuan *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

5. Apa yang ditawarkan *botoh* kepada tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

6. Apa kontribusi yang diberikan *botoh* untuk tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

7. Berapa jumlah *botoh* yang bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

8. Kapan *botoh* mulai bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

9. Bagaimana persebaran *botoh* dalam tim pemenangan Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

10. Apa yang mendorong *botoh* masuk dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

11. Bagaimana *botoh* terlibat dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

12. Apa yang membuat *botoh* yakin mengusung calon Kepala Desa tersebut?

Jawaban:

.....
.....
.....

13. Apa saja yang dipertimbangkan oleh *botoh* untuk masuk dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

14. Untuk memenuhi operasional, dari mana *botoh* mendapatkan dana?

Jawaban:

.....
.....
.....

15. Adakah donasi dari seseorang?

Jawaban:

.....
.....
.....

16. Adakah penggalangan dana untuk menyokong keuangan biaya operasional?

Jawaban:

.....
.....
.....

17. Bagaimana cara *botoh* bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

18. Media apa yang digunakan *botoh* untuk mempromosikan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

19. Bagaimana cara *botoh* meyakinkan masyarakat untuk memilih calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

20. Apakah ada sasaran kalangan tertentu sebagai strategi untuk mendulang dukungan?

Jawaban:

.....
.....
.....

21. Apakah *botoh* menjalin kerjasama dengan pihak lain?

Jawaban:

.....
.....
.....

22. Bagaimana strategi dalam kerjasama tersebut?

Jawaban:

.....
.....
.....

23. Apa tujuan menjalin kerjasama tersebut?

Jawaban:

.....
.....
.....

24. Bagaimana peran *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

25. Bagaimana strategi *botoh* dalam memenangkan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

26. Keuntungan dalam bentuk apa yang didapatkan calon Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

27. Keuntungan dalam bentuk apa yang didapatkan tim pemenangan calon

Kepala Desa?

Jawaban:

.....
.....
.....

28. Keuntungan dalam bentuk apa yang didapatkan *botoh*?

Jawaban:

.....
.....
.....

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
 UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL
 Gedung C.7 Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang 50229
 Telepon +62248508006, Faksimile +62248508006 ext 12
 Laman: <http://fis.unnes.ac.id>, surel: fis@mail.unnes.ac.id

Nomor : B/14313/UN37.1.3/LT/2019
 Hal : Izin Penelitian

05 Desember 2019

Yth. Kepala Desa Parakan
 Kantor Kepala Desa Parakan, Kecamatan Purwanegara, Kabupaten Banjarnegara

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ade Tri Widyanti
 NIM : 3312416029
 Program Studi : Ilmu Politik, S1
 Semester : Gasal
 Tahun akademik : 2019/2020
 Judul : Peran Botoh dalam Tim Pemenangan Calon Kepala Desa (Studi Kasus Pemilihan Kepala Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara Tahun 2019)

Kami mohon yang bersangkutan diberikan izin untuk melaksanakan penelitian skripsi di perusahaan atau instansi yang Saudara pimpin, dengan alokasi waktu 9 Desember 2019 s.d 24 Januari 2020.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami mengucapkan terima kasih.

a.n. Dekan FIS
 W. W. W. Dekan Bhd. Akademik,

 Prof. Dr. Wasino, M.Hum.
 NIP 196408051989011001

Tembusan:
 Dekan FIS;
 Universitas Negeri Semarang



Nomor Anenda Surat : 644 692 469 1

Sistem Informasi Surat Dinas - UINNES (2019-12-05 13:56:59)

Lampiran 4. Surat Balasan Izin Penelitian


PEMERINTAH KABUPATEN BANJARNEGARA
KECAMATAN PURWANEGARA
DESA PARAKAN
Jl. Raya Purwanegara-Pucungbedug Km 3,5 Banjarnegara 53472

Parakan, 11 Desember 2019

Nomor : 005 / 260 / XII / 2019
Lamp : -
Hal : **Balasan**

Kepada:
Yth. Bpk/Ibu/Sdr. Dekan FIS
Universitas Negeri Semarang
Di –
Tempat

Dengan hormat,
Yang bertanda tangan dibawah ini:
Nama : LATIF DIDI PRATOMO
Jabatan : SEKRETARIS DESA
Alamat : GADOG RT 01 RW 03 DS PARAKAN

Menerangkan bahwa :

Nama : ADE TRI WIDYANTI
NIM : 3312416029
Prodi : Ilmu Politik, S1
Semester : Gasal
Tahun Akademik : 2019/2020


Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian di Desa kami sebagai syarat penyusunan skripsi dari tanggal 09 Desember 2019 s.d 24 Januari 2020 dengan judul :
“ Peran Botoh dalam Tim Pemenangan Calon Kepala Desa (studi Kasus pemilihan Kepala Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara Tahun 2019)”

Demikian surat ini atas kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

An.Kepala Desa Parakan
Sekretaris Desa


LATIF DIDI PRATOMO, A.Md

Lampiran 5. Surat Keterangan Dosen Pembimbing Skripsi


UNNES

**KEPUTUSAN
 DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL
 UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
 Nomor: 10414/UN37.1.3/TD.06/2019**
Tentang
**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR SEMESTER
 GASAL/GENAP
 TAHUN AKADEMIK 2019/2020**

Menimbang : Bahwa untuk memperlancar mahasiswa Jurusan/Prodi Politik dan Kewarganegaraan/Illmu Politik Fakultas Ilmu Sosial membuat Skripsi/Tugas Akhir, maka perlu menetapkan Dosen-dosen Jurusan/Prodi Politik dan Kewarganegaraan/Illmu Politik Fakultas Ilmu Sosial UNNES untuk menjadi pembimbing.

Mengingat : 1. Undang-undang No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Tambahan Lembaran Negara RI No.4301, penjelasan atas Lembaran Negara RI Tahun 2003, Nomor 78)
 2. Peraturan Rektor No. 21 Tahun 2011 tentang Sistem Informasi Skripsi UNNES
 3. SK. Rektor UNNES No. 164/O/2004 tentang Pedoman penyusunan Skripsi/Tugas Akhir Mahasiswa Strata Satu (S1) UNNES;
 4. SK Rektor UNNES No.162/O/2004 tentang penyelenggaraan Pendidikan UNNES;

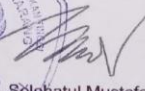
Menimbang : Usulan Ketua Jurusan/Prodi Politik dan Kewarganegaraan/Illmu Politik Tanggal 6 September 2019


MEMUTUSKAN


Menetapkan :
 PERTAMA : Menunjuk dan menugaskan kepada:
 Nama : MOH. ARIS MUNANDAR, S.Sos, MM
 NIP : 197207242000031001
 Pangkat/Golongan : III/d
 Jabatan Akademik : Lektor
 Sebagai Pembimbing
 Untuk membimbing mahasiswa penyusun skripsi/Tugas Akhir :
 Nama : ADE TRI WIDYANTI
 NIM : 3312416029
 Jurusan/Prodi : Politik dan Kewarganegaraan/Illmu Politik
 Topik : Peran Botoh dalam Tim Pemenangan Calon Kepala Desa (Studi Kasus Pemilihan Kepala Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara Tahun 2019)

KEDUA : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Tembusan
 1. Pembantu Dekan Bidang Akademik
 2. Ketua Jurusan
 3. Petinggal

DITETAPKAN DI : SEMARANG
 PADA TANGGAL : 9 September 2019
 DEKAN

 Dr. Moh. Solehatul Mustofa, M.A.
 NIP. 195308021988031001


UNNES
 FAKULTAS ILMU SOSIAL


 3312416029
 FM-03-AKD-24/Rev. 00

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



Sumber : Dokumentasi Panitia Pemilihan Kepala Desa Parakan (2019).

Rapat Bertempat di Balai Desa Parakan yang mayoritas dihadiri oleh *botoh* dari masing-masing calon kepala desa.

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

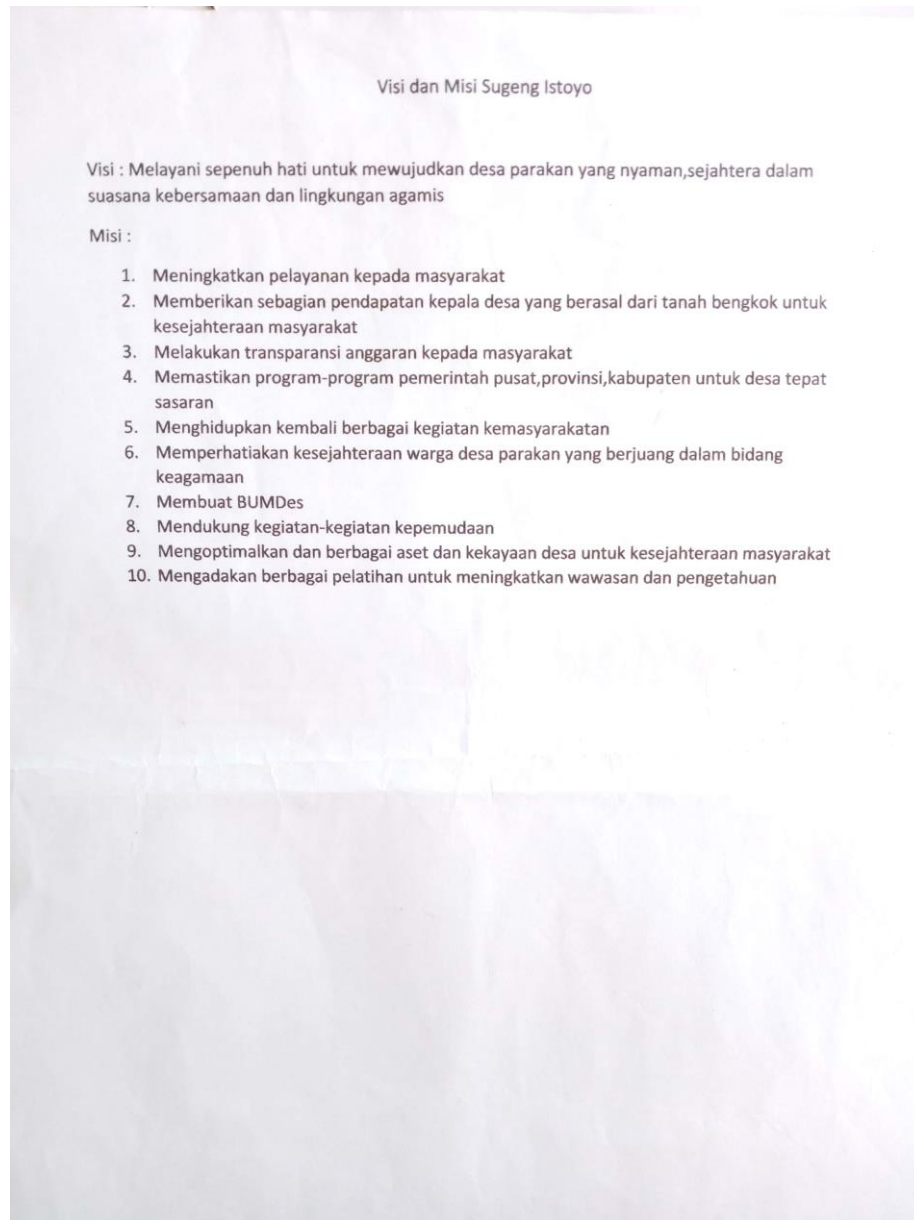
 PANITIA PEMILIHAN KEPALA DESA PARAKAN KECAMATAN PURWANEGARA KABUPATEN BANJARNEGARA								
REKAPITULASI HASIL PENGHITUNGAN SUARA PEMILIHAN KEPALA DESA PARAKAN KECAMATAN PURWANEGARA								
NO URUT CALON	NAMA CALON KEPALA DESA		PEROLEHAN SUARA					JUMLAH
			TPS 1	TPS 2	TPS 3	TPS 4	TPS 5	
1	SUGENG ISTOYO		303	25	659	217	223	1427
2	SARYO		179	489	314	427	149	1558
JUMLAH SUARA SAH							2985	
JUMLAH SUARA TIDAK SAH							39	
JUMLAH SUARA SAH DAN TIDAK SAH							3.024	
SAKSI CALON KEPALA DESA								
NO	NAMA SAKSI CALON	NAMA CALON KEPALA DESA	TANDA TANGAN					
1		SUGENG ISTOYO	1					
2		SARYO	2					

Parakan, 31 Juli 2019
 PANITIA PEMILIHAN KEPALA DESA PARAKAN
 KETUA

 (DARYONO)

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019).

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



Visi Calon Kepala Desa Nomor 1

Penjabaran Misi :

1. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat
 - 1.1 Siap kapanpun untuk tanda tangan berkaitan dengan kebutuhan dokumen pembuatan persyaratan kependudukan
 - 1.2 Siap memberikan pelayanan dikantor desa sesuai standar mutu pelayanan
 - 1.3 Siap memberikan kontak nomor HP kepada masyarakat untuk melakukan pengaduan
2. Memberikan sebagian pendapatan kepala desa yang berasal dari tanah bengkok untuk kesejahteraan masyarakat
 - 2.1 Memberikan 25 juta dari pendapatan kepala desa dari penjualan tanah bengkok setiap tahun untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat
3. Melakukan transparansi anggaran kepada masyarakat
 - 3.1 Mengundang BPD dan tokoh masyarakat untuk sosialisasi RAPBDes
 - 3.2 Mensosialisasikan penggunaan anggaran dan realisasi APBDes
 - 3.3 Membuat scala prioritas pembangunan
4. Memastikan program-program pemerintah pusat, provinsi, kabupaten untuk desa tepat sasaran
 - 4.1 Memberikan subsidi tambahan dari desa untuk program rumah layak huni
 - 4.2 Mendata ulang warga dnegan penghasilan rendah
5. Menghidupkan kembali berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan
 - 5.1 Menghidupkan SISKAMLING
 - 5.2 Menghidupkan perjanjian
 - 5.3 Mengadakan kumpulan RT
 - 5.4 Memfasilitasi seni budaya
6. Memperhatikan kesejahteraan warga desa parakan yang berjuang dalam bidang keagamaan
 - 6.1 Memberi intensif kepada guru TPQ dan memberi fasilitas ATK
 - 6.2 Memberi intensif kepada pengurus masjid
 - 6.3 Meberikan bea siswa kepada anak berprestasi
7. Membuat BUMDes
 - 7.1 Membuat badan usaha milik desa, koperasi, pertanian
 - 7.2 Akan membuat jaringan PESAN-ANTAR untuk kaum milenial
8. Mendukung kegiatan-kegiatan kepemudaan
 - 8.1 Membangun sarana dan prasarana olah raga
 - 8.2 Memfasilitasi kegiatan senam dan aerobik ibu-ibu
 - 8.3 Memfasilitasi kegiatan 17an dan PHBI
 - 8.4 Memperindah lapangan desa
9. Mengoptimalkan dan berbagai aset dan kekayaan desa untuk kesejahteraan masyarakat
 - 9.1 Mengoptimalkan peran puskesmas
 - 9.2 Mengoptimalkan pemanfaatan tanah desa di pasar pramen
10. Mengadakan berbagai pelatihan untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan
 - 10.1 Mengadakan seminar pertanian
 - 10.2 Studi banding perangkat desa untuk meningkatkan wawasan pelayanan
 - 10.3 Mengadakan seminar kewirausahaan
 - 10.4 Mengadakan pelatihan ketrampilan

Misi Calon Kepala Desa Nomor 1

TIM PEMENANGAN
SUGENG ISTOYO, AMd DESA PARAKAN

No : Parakan, 2019
 Sifat : Segera/Penting
 Perihal : Pertemuan/Penjelasan/Penetapan
 Kord Tingkat RT/Dusun

Kepada
 Yth. RT/RW
 di-
 Parakan

Menindaklanjuti Pertemuan Tim Tingkat Desa dengan ini diberitahukan bahwa pada hari ini :

Hari/Tanggal :
 Waktu :
 Tempat :
 Acara : Pertemuan dan Penjelasan Kord Tingkat RT

Demikian undangan ini dibuat untuk menjadikan periksa dan atas kehadirannya di sampaikan terima kasih.

Mengetahui

Ketua Tim
 Kordinator Desa

(SUGENG ISTOYO)

(BINA ANUGRAHARTA)

Surat Rapat Koordinasi *Botoh* Calon Kepala Desa Nomor 1

SEDULUR SUGENG ISTOYO

DESA : PARAKAN
KADUS :


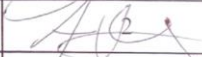
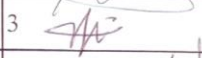

PEMBENTUKAN KORDES

NO	NAMA	ALAMAT	TANDA TANGAN
1	WAHYONO	RT.02/02	1
2	WAHAD	RT04 RW01	2
3	PURWANTA	RT 4 - 4	3
4	Wirya	RT 6 - 3	4
5	TRISNO	RT 7/3	5
6	JONO	RT 2/3	6
7	MANO	RT 3/3	7
8	Suripto	RT 01/01	8
9	YOGI	RT 01/03	9
10	SIBI	RT 5/3	10
11	JAMIL	RT 4/4	11
12	Sohitun	RT.3/4	12
13	Edi Rebon	RT: 02/02	13
14	Bina Nugraha H	Rd 7 RW 3	14
15	SUHADI	RT.01/03	15
16	M. tipyan	RT04/01	16
17	Suwandi Imam	RT03/3	17
18	Imam mawardi	RT 3/3	18
19	A MATHUD.	RT04/1	19
20	RASNO	RT 02/1	20

Daftar Hadir Pembentukan *Botoh* Kordes

SEDULUR SUGENG ISTOYO

DESA : PARAKAN
KADUS :

NO	NAMA	ALAMAT	TANDA TANGAN
1	Siswoko	RT- 02/01	1 
2	Miswan	RT- 07/03	2 
3	TOPIK	RT 02/04	3 
4	JOHAN	RT 03/02	4 
5	Pugi Adwan		5
6	Naryo		6
7	Rusmo		7
8	KARTO MARLAN		8
9			9
10			10
11			11
12			12
13			13
14			14
15			15
16			16
17			17
18			18
19			19
20			20

Daftar Hadir Pembentukan *Botoh* Kordes

Tim Pemantauan Saringan Istora Tingkat Desa

* <u>Kalisawah</u> ± 550 orang		
1. Puji Adwan		} 200 orang 300 orang
2. Waryo	200	
3. Kusno		
* <u>Purbajana</u> ± 860 orang		
1. Topik		} 400 orang
2. Purwanto	1410	
3. Jamil		
4. Sohihus		
* <u>Biber</u> ± 500 orang		
* <u>Wahyono</u>		} 150 orang
2. Johau		
3. Edi reban		
* <u>Kebumen</u> ± 600 orang		
1. Wahad.		} 400 orang 300
2. Kitang	1100	
3. Muh kardi		
4. Rasno	2510	
5. Karto narlan		
6. Ripto		
7. Ali Sarus		
* <u>Gabug</u> ± 1.200 orang		
* <u>Dina utama</u>		} 600 orang <u>1.750 orang</u>
2. Suhedi		
3. Wardi		
4. Miswan		
5. Mirya gasim		
6. Trisno		
7. Narno		
8. Yoga		
9. Sigit		
10. Juno Saleman.		

Catatan Pembagian Tugas dalam Memobilisasi Massa

⇒ Jml Pemilik ± 600 org.
Susunan Koordinator Kebumen.

⇒ Target Suara : 400 Suara: ✓

Jumlah Kader : 29 orang ✓

1. Daslim
2. Wahyuni
3. Tukimin
4. A. dirin
5. Ratim
6. Wardoyo
7. Puji
8. Toyo
9. Tuyan
10. Tikno Amanto
11. Kusnari Buncing
12. B. Santosa.
13. P. Darto. D.
14. Amad. S.
15. Tar kam.
- 16.
17. Munir,
18. Pak Priyo
19. Arso
20. Rasno
21. Mahfud
22. Karto. M.
23. Wahad
24. Siswoto
25. Mukardi
26. Pendi
27. Ali Mas'ud,

Koordinasi Botoh Tingkat Dusun

TIM PEMENANGAN
SUGENG ISTOYO, Amd DESA PARAKAN

NAMA : _____
DUSUN : Galang (Korte & Kordes)
RT / RW : Rw 3

NO	NAMA	JENIS		MANTEP	RAGU- RAGU	KETERANGAN	TANDA TANGAN
		KELAMIN					
		L	P				
1	Ahmad Jayan						
2	Budong						
3	Puji waluyo						
4	Tursin						
5	Taryo						
6	o) Dayah						
7	o) Nur Afifah.						
8	o) Asth (Bojoku).						
9	Hartono						
10	Rohidin						
11	Najib / Tajib						
12	Pujiyat						
13	obak						
14	Rusdi (Cuweng)						
15	Dono						
16	Narno						
17	MUH. Taryo						
18	Kasdi						
19	Daryanto Dobleh						
20	Wukim						

21. Mahrun.
22. Rohman
23. Warsito Jok
24.

Parakan, _____

Koordinasi *Botoh* Tingkat RT

DAFTAR HADIR

TEMPAT : Rumah Bro Gugeng Istoyo
 HARU/TANGGAL : 15 Juli 2019
 WAKTU : 20.00 - selesai
 ACARA : Pertemuan Kordes

Kordes

NO	NAMA	ALAMAT	NO. HP	TANDA TANGAN
1	Saliman	Purbasana		
2	KONO	KABUMEN		
3	Dedi	Purbasana		
4	Rahmat	Sabrang		
5	BUDI OBAG	Gadag		
6	SPT. W.	Gadag		
7	T/O	GADOG		
8	DIRIN	Gadog		
9	JUMALI	Gadag		
10	NAPYO	gadog		
11	SUDARSONO	-		
12	TRISNO	-		
13	Jumali	Purbasana		
14	VIPLAN	Gadag Walm.		
16	Kelana	Gadog		
17	dirin	Gadog		
18	Setiawan	Gadag		
19	Sutasyo	Gadag		
20	Tutyadi	Gadag		
21	SLAMEN	GADOG		
22	ERO	GADOG		
23	RIFUDIN	GADOG		
24	MISWAN	gadog		
25	Badrudin	gadog		
26	Johan	Reber		
27	Sigit	gadog		
28	Purtono	Purbasana		
29	Sitad	Purbasana		
30	Puji waluyo	Gadag		
31	Puji Supir	Purbasana		
32	SUtadi	Purbasana		
33	SUKIRNO	Purbasana GADOG		
34	Satim	K. Rau		
35	Masudi	Kadung Sari		
36	Marwoto	Gadag T		
37	Puji	Gadag K		
38	Atman	Gadag T		
39	Bahman	K. Sita		
40	Sahitani	Purbasana		

Daftar Hadir Botoh Koordinator Tingkat Desa

TIM PEMENANGAN
SUGENG ISTOYO, Amd DESA PARAKAN

NAMA : _____
 DUSUN : Botoh (Kordes & Korte)
 RT / RW : _____

NO	NAMA	JENIS		MANTEP	RAGU- RAGU	KETERANGAN	TANDA TANGAN
		KELAMIN					
		L	P				
1	Nur ahmad						
2	Ali dikin						
3	Rosidi						
4	Marwoto / Daud						
5	Pak Eko						
6	Trisno Bolang						
7	KIRNO						
8	Jumoro						
9	Rasmudi						
10	Muslikhun						
11	I'IS						
12	Jarwo						
13	Yasro						
14	Sigit						
15	Sirin						
16	Sarno Ebég						
17	Dirun						
18	Tyo						
19	Rohidun						
20	Senthu'						

Parakan, _____

Daftar Hadir Pertemuan *Botoh* Kordes dan Korte

TIM PEMENANGAN
SUGENG ISTOYO, Amd DESA PARAKAN

NAMA : Gadag
DUSUN : Korte & Kordes
RT/RW : 100%

NO	NAMA	JENIS KELAMIN		MANTEP	RAGU- RAGU	KETERANGAN	TANDA TANGAN
		L	P				
		1	Bina Nueraha.H				
2	Miswan						
3	Setiono						
4	Jirlan						
5	Jumeri						
6	Badrudin						
7	Gomad						
8	H. Turyadi						
9	Tarmudi/sholatun						
10	Saijan/sakur						
11	Kardi						
12	Henry Jabir Slamet mito						
13	Naryo						
14	Jumali						
15	Turyanto						
16	Karsun / Nadi						
17	Wirya / Mustofa						
18	Judi						
19	Paidi (Pesolatan).						
20	Rahmad						

21. Korép
22. Wak Eka.

Parakan, _____

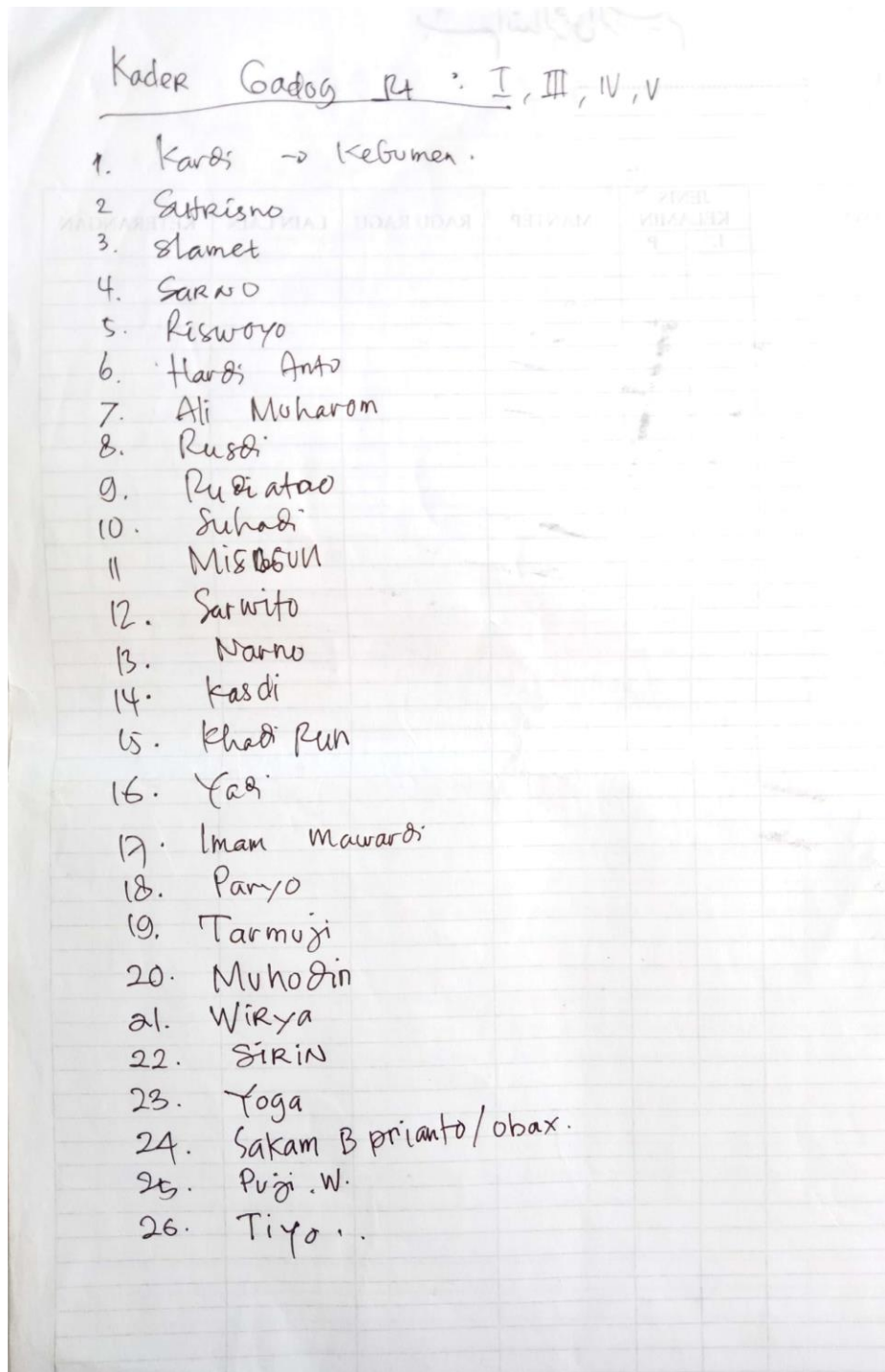
Daftar Hadir Pertemuan *Botoh* Kordes dan Korte

DAFTAR HADIR

TEMPAT : RUMAH Bp SUBENG ISTORO
 HARU/TANGGAL : Rabu, 10 Juli 2019
 WAKTU : PK 20.00
 ACARA : Koordinasi Rt 2/3.

NO	NAMA	ALAMAT	NO. HP	TANDA TANGAN
1	Sugeng Letay	2/3	085293371228	
2	Yanjal	- " -		
3	RohmaDi	- " -		
4	Yantul	2/3		
5	MUSAP	2/3		
6	SIRUK	2/3		
7	KANTO	2/3		
8	SUCADI	2/3		
9	SLAMAC	2/3		
10	SLAMET.			
11	MISNIGADI	7/3		
12	Amadi sapin	2/3		
13	ATYU/ADI	2/3		
14	TUNAE	3/3		
15	SADARISMAN	2/3		
16	CAMBDI	2/3		
17	ROSAHADI	2/3		
18	SAWANTO	2/3		
19	ATMOJO	2/3		
20	GOSEAN	"		
21	DITO	"		
22	MARFAN	"		
23	JURAI	"		
24	WARIS	"		
25	KARIGAD	"		
26	HARMADI	- " -		
27	PARDI	- " -		
28	ADI KARA	- " -		
29	MISTAM	- " -		
30	JONO SOLEMAN	- " -		
31	Mah Karchi			
32	BINA NUGRAHA	2/3 Gados		

Daftar Hadir Rapat Koordinasi Korte



Catatan Daftar Botoh Kordus

DAFTAR HADIR

TEMPAT : ligit.
 HARU/TANGGAL : 0-6-2019.
 WAKTU : jam. 0-30.
 ACARA : pemantapan kader.

NO	NAMA	ALAMAT	NO. HP	TANDA TANGAN
1	M. Tipyan/Kardi	Kebumen.		[Signature]
2	SUPRISTHO	GA006 4/3		[Signature]
3	SCAMET	GA006 4/3		[Signature]
4	SARNO.	Gadog 4/3		[Signature]
5	RISWOYO	GA006 4/3		[Signature]
6	Hardi anto.	gadog 4/3		[Signature]
7	Ali Mubaram	gadog 4/3		[Signature]
8	P. Usdi	gadog 5/3		[Signature]
9	Rusdianto	K. mangrove 1/3		[Signature]
10.	Pina Nugraha H	7/3		[Signature]
11	SUHARI	GA006		[Signature]
12	MISNELH.	SADOG 3/3		[Signature]
13	SARWITO-	GA006. 5/3		[Signature]
14	KARNO	GA006 3/3		[Signature]
15	KASIM	GA006 4/3		[Signature]
16	Khadirun.	" 3/3		[Signature]
17	JADI	" 3/3		[Signature]
18	Imam mawardi	Gadog 3/3		[Signature]
19	PARYO	" 4/3		[Signature]
20	TARMUJI	" 5/3		[Signature]
21	MUHOMIN	" 5/3		[Signature]
22	WIRYA	" 4/3		[Signature]
23	SJERIN X	" 1/3		[Signature]
24	YOSIOKRANA	" 1/3		[Signature]
25	SALIM B PRANTO/OBRO	" 1/3		[Signature]
26	PUJI W.	" 4/3		[Signature]
27	SETIYO RAHARJO	" 1/3		[Signature]

Daftar Hadir Botoh Korte

DAFTAR HADIR

TEMPAT : EURSIN
 HARU/TANGGAL : 9-6-2019
 WAKTU : 09
 ACARA : Pembentukan Korte

NO	NAMA	ALAMAT	NO. HP	TANDA TANGAN
1	M. tipyan kardi	Rt 04/01		[Signature]
2	Sugeng Istoyo	02/3		[Signature]
3	Jurnal	4/5		[Signature]
4	JAKU			[Signature]
5	KHAJIM	06/03-		[Signature]
6	TAYO	05/03		[Signature]
7	Akhmad. S.	06/03.		[Signature]
8	SOMFANI	06/03		[Signature]
9	Rasmudi	05/103		[Signature]
10	MUSROFA	Rt 06/018		[Signature]
11	Zukardi	Rt. 02/03		[Signature]
12	Tarmudi	Rt 02/3		[Signature]
13	Puji waluyo	04/3		[Signature]
14	Pohmat	06/3		[Signature]
15	TURSIN	05/3		[Signature]
16	DAVO	Rt 04		[Signature]
17	Nurtidayanto	Rt 04/03		[Signature]
18	DIKIN	04/3		[Signature]
19	TUSYANTO	6/3		[Signature]
20	SULHADI	01/03		[Signature]
21	JIRLAN	07/3		[Signature]
22	DIRAN	Rt 7/3		[Signature]
23	JANUS	Rt 07/03		[Signature]
24	MH Darnah	Rt 06/03		[Signature]
25	Nurfiyah	Rt 06/03		[Signature]
26	ROSID	Rt 05/03		[Signature]
27	Rohidin	Rt 06/03		[Signature]
28	DIARSO	Rt 07/03		[Signature]
29	Mahrudin	Rt 05/03		[Signature]

Daftar Hadir Pembentukan Botoh Korte



Sumber: Dokumentasi *Botoh* (2019).

Rapat Koordinasi *Botoh*



Sumber: Dokumentasi *Botoh* (2019).

Rapat Koordinasi *Botoh*



Sumber: Dokumentasi *Botoh* (2019).

Rapat Besar Pertemuan *Botoh* Kordes, Kordus, dan Korte di Halaman Rumah Calon Kepala Desa Nomor 1



Sumber: Dokumentasi Penulis (2019).

Forum *Jagongan* yang Dilakukan Oleh *Botoh*

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

DAFTAR HADIR

Hari / Tanggal : Senin, 11 Juni 2019
 Waktu : 19.30 - Selesai
 Tempat : Ruknata, Bp. Saryo (Bukit, RT 01, RW 02)
 Acara : Musyawarah Koordinasi Relawan Pilkada

No	Nama	Alamat	Tanda Tangan
1	Adam	Pt 01/04	1 Adam
2	Wadizro	" - "	2 Wadizro
3	SARNO	" - "	3 SARNO
4	A. Trism	- u -	4 A. Trism
5	Waris	- u -	5 Waris
6	DATIMAN	- u -	6 DATIMAN
7	Suhadi	- u -	7 Suhadi
8	Risman	- u -	8 Risman
9	Sudarsa	- u -	9 Sudarsa
10	Turyanto.	- u -	10 Turyanto.
11	Darsono	- u -	11 Darsono
12	Salamudin	" - "	12 Salamudin
13	Slamet P	" - "	13 Slamet P
14	Wahyu saryo R.	" - " - " - "	14 Wahyu saryo R.
15	Rinto Aziz R.	" - "	15 Rinto Aziz R.
16	Nugroho Dwi saryo S	" - "	16 Nugroho Dwi saryo S
17	Nofim	" - "	17 Nofim
18	Ditman		18 Ditman
19	Datwite		19 Datwite
20	SUKARMAN	" - "	20 SUKARMAN
21	Rudito.	- u -	21 Rudito.
22	Ward	- u -	22 Ward
23	Fajar Sidic	- u -	23 Fajar Sidic
24	Marjono		24 Marjono
25	Said		25 Said
26	Djuma		26 Djuma
27	MUBAROK		27 MUBAROK
28	SARYO		28 SARYO
29	KASIR		29 KASIR
30	Doiman		30 Doiman
31	Aris		31 Aris
32	Sachudin		32 Sachudin
33			33
34			34
35			35

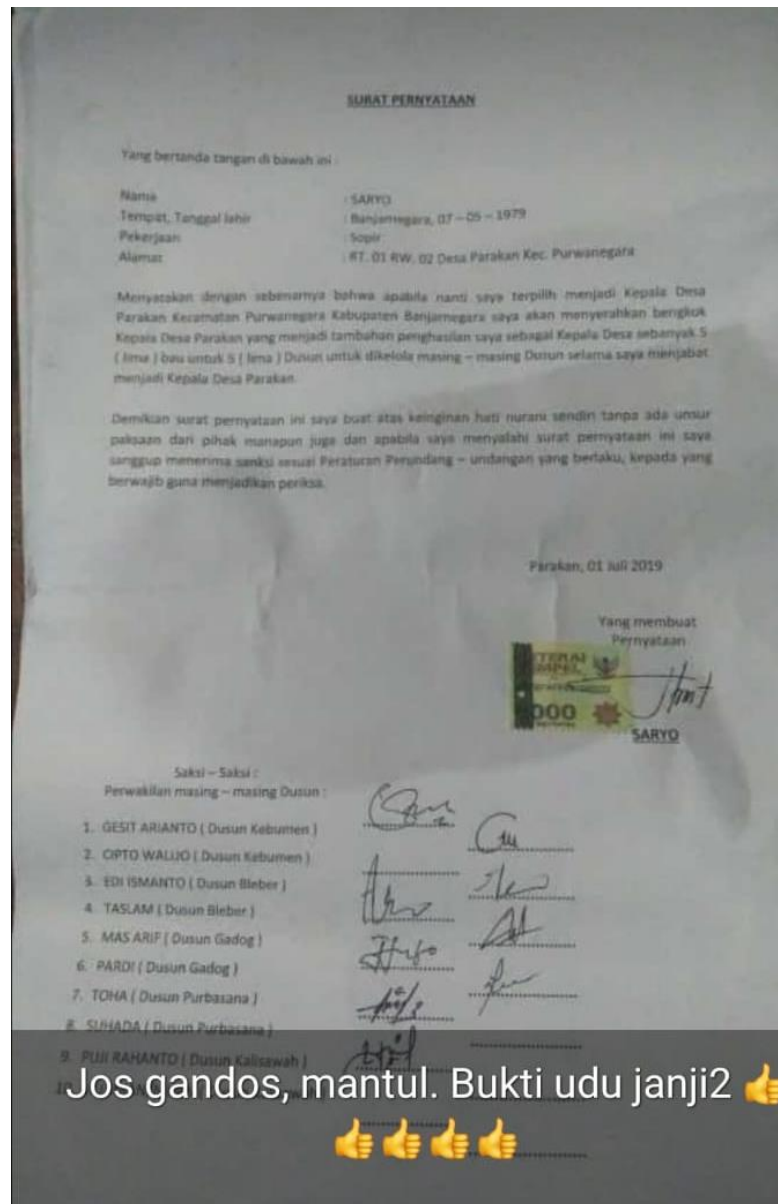
Daftar Hadir Pertemuan *Botoh*

DAFTAR HADIR

Hari / Tanggal : Kamis, 13 Juni 2019
 Waktu : 18.30 - Selesai
 Tempat : Rumah Bp. SARYO (Pamotan RT.1. RW02)
 Acara : Musyawarah Pembentukan Relawan Pilkades

No	Nama	Alamat	Tanda Tangan
1	Adam	Pt 01/04	1
2	Wadico	" - "	2
3	SARYO	" - "	3
4	A. Triwo		4
5	Waris		5
6	DAFIMAN		6
7	Sunadi		7
8	Rismun		8
9	Sudargo		9
10	Furyanto		10
11	Darsono		11
12	Salamudin		12
13	Slamet R	" - "	13
14	Wahyu Setyo R.	" - " - "	14
15	Rinfa A.R.	" - " - "	15
16	Nugroho Dwi Cahyo S	" - "	16
17	Norim	" - "	17
18	Dirman	" - "	18
19	Ditwito		19
20	SUKARMAN	" - "	20
21	MARJONO		21
22	SARDI		22
23	Ugma		23
24	SARYO		24
25	MUBAROK		25
26	KASIB		26
27	Doiman		27
28	Arif		28
29	Syaifulin		29
30	Rudito		30
31			31
32			32
33			33
34			34
35			35

Daftar Hadir Pertemuan Botoh



Sumber: Cerita dalam aplikasi WhattsApp yang dibuat oleh salah satu *botoh*.

Surat Pernyataan Calon KepL Desa Nomor 2 tentang Pembagian Tanah Bengkok untuk Maing-masing Dusun (dilakukan sebagai salah satu strategi *botoh* untuk memobilisasi massa).



Sumber: Dokumentasi *Botoh* .

Pertemuan *Botoh* bersama Calon Kepala Desa



Sumber: Dokumentasi *Botoh*.

Pertemuan *Botoh* di Rumah Calon Kepala Desa



Sumber: Dokumentasi Penulis.

Pemberian air minum oleh *botoh* kepada calon pemilih yang sedang antri dalam pelaksanaan pemilihan

Lampiran 11. Hasil Wawancara

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

A. Subjek Penelitian : Calon Kepala Desa Nomor 1

B. Identitas Informan

Hari/Tanggal : Jum'at, 10 Januari 2020

Waktu Wawancara : 13.00 s.d. 14.20 WIB

Nama : Sugeng Istoyo

Umur : 44 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

C. Pertanyaan

1. Siapa yang berperan menjadi *botoh*?

Jawaban: Yang berperan menjadi *botoh* ada banyak orang, dalam pemenangan dibagi menjadi tiga. Yaitu Kordes (Koordinator tingkat desa), Kordus (Koordinator dusun atau tingkat RW), dan Korte (Koordinator tingkat RT).

2. Apa pekerjaan masing-masing *botoh* tersebut?

Jawaban: Pekerjaan mereka bermacam-macam, seperti sopir, petani dan pedagang.

3. Apa status hubungan *botoh* dengan calon Kepala Desa?

Jawaban: Hubungan saya dengan *botoh* rata-rata karena hubungan keluarga atau masih saudara.

4. Apa yang digagas *botoh* untuk memenangkan calon Kepala Desa?

Jawaban: *Botoh* membantu dalam menggagas strategi pemenangan.

5. Apa tujuan *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Tujuan *botoh* dalam tim pemenangan adalah untuk berupaya membantu memenangkan pencalonan saya menjadi calon Kepala Desa.

6. Apa yang ditawarkan *botoh* kepada tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: *Botoh* tidak menawarkan apapun karena mereka bertukar pikiran dan strategi itu bersama-sama.

7. Berapa jumlah *botoh* yang bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Kurang lebih ada 200an lebih orang yang menjadi *botoh* dan bergabung dalam tim pemenangan. Dengan pembagian Kordes 27 orang, Kordus 10 orang, Korte 144 orang. Sebenarnya bisa lebih dari jumlah itu, terutama dari Dusun Bleber RW 2. Namun, secara perlahan dan diam-diam mundur untuk berpihak ke calon Kepala Desa nomor 2. Banyak orang Dusun Bleber yg sudah siap membantu saya. Tetapi setelah calon Kepala Desa nomor 2 positif untuk mencalonkan diri, secara diam-diam mereka mulai mundur dari pihak saya.

8. Kapan *botoh* mulai bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: *Botoh* mulai bergabung setelah saya sudah pasti akan mencalonkan diri sebagai calon Kepala Desa, tepatnya sebelum saya mendaftar ke panitia pemilihan kepala desa. Saya menghubungi orang-orang terdekat dan orang yang saya percaya untuk meminta doa restu serta membantu dalam memenangkan pemilihan Kepala Desa.

9. Bagaimana persebaran *botoh* dalam tim pemenangan Kepala Desa?

Jawaban: Persebaran *botoh* sesuai dengan tugas masing-masing yaitu dari pembagian Kordes, Kordus, dan Korte. Satu orang memiliki tanggungjawab untuk mengajak minimal 4 orang terdekat, baik itu keluarga ataupun tetangga.

10. Apa yang mendorong *botoh* masuk dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Yang pertama karena kebanyakan masih bersaudara dengan saya, kedua karena satu ide dan pemikiran, dan yang ketiga karena adanya permohonan dari saya untuk membantu. Tapi ada cerita menarik disini, jadi setiap saya mengumpulkan *botoh* untuk dapat saling berkoordinasi, saya selalu memberikan mereka uang bensin dan untuk yang tidak bisa berangkat juga saya titipkan ke rekannya. Tapi beberapa hari kemudian saya dengar kalau titipan saya itu tidak sampai ke yang bersangkutan. Saya disini mulai berfikir, kalau amanah dari saya untuk rekan dia saja dijadikan kesempatan lalu bagaimana dengan amanah utama yang saya berikan untuk dia terkait pemenangan.

11. Bagaimana *botoh* terlibat dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: *Botoh* terlibat dalam penyusunan strategi pemenangan, pada saat masa kampanye kami melakukan pemasangan lampu jalan untuk membantu sarana umum, dan sering juga hadir dalam pertemuan untuk rapat koordinasi seperti Kordes dan kordus yang paling sering melakukan pertemuan. Selain itu *botoh* juga membantu saya menjadi perantara antara saya dengan calon pemilih. Seperti masuk dalam forum pengajian dan yasinan. Memperkenalkan diri dan minta doa restu di temani oleh *botoh* wilayah yang ada disitu.

12. Untuk memenuhi operasional, dari mana *botoh* mendapatkan dana?

Jawaban: Operasional untuk mereka berasal dari saya pribadi.

13. Adakah donasi dari seseorang?

Jawaban: Tidak ada donasi dari orang lain.

14. Adakah penggalangan dana untuk menyokong keuangan biaya operasional?

Jawaban: Untuk penggalangan dana juga tidak ada. Namun waktu masa kampanye itu, saya sempat dibantu oleh *botoh* terkait pendanaan. Termasuknya *botoh* ini iuran namun setelah usai masa pencalonan ini dihitung hutang yang akan saya bayarkan sesuai jumlah uang yang mereka berikan waktu itu.

15. Bagaimana cara *botoh* bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Ada yang bergabung karena saya temui sebelumnya dan ada yang datang secara sukarela ketika ada pertemuan, setelah itu ada juga yang bergabung karena diundang melalui surat resmi yang ditandatangani saya dan ketua tim pemenangan.

16. Media apa yang digunakan *botoh* untuk mempromosikan calon Kepala Desa?

Jawaban: Kami melakukan pendekatan secara kekeluargaan. Karena strategi kita memang meminimalisasi mendekati calon pemilih yang tempat tinggalnya jauh dengan *botoh*.

17. Apakah ada sasaran kalangan tertentu sebagai strategi untuk mendulang dukungan?

Jawaban: Sasarannya adalah masing-masing saudara atau keluarga dari *botoh* itu sendiri.

18. Apakah *botoh* menjalin kerjasama dengan pihak lain?

Jawaban: Saya maunya, dalam kontestasi ini tidak ada keterlibatan orang dari desa lain. Namun pada kenyataannya, nomor 2 melibatkan Desa Purwanegara (turut berkeliling ke rumah-rumah calon pemilih di Dusun Kalisawah RW 5 dan Dusun Purbasana RW 4). Saya akui tidak bisa menanggulangi hal semacam ini hingga saya mengundang orang dari Desa Kalitengah (orang ini membawa teman-temannya dari Somagede, Kabupaten Banyumas) untuk mengatasi yang terjadi di Dusun Kalisawah tetapi berakhir mundur karena kurang berani atas keadaan yang ada (ketika orang ini datang, kemudian diusir dan langsung pergi dari Dusun Kalisawah).

19. Bagaimana strategi dalam kerjasama tersebut?

Jawaban: Strategi ini dilakukan dengan cara menemui orang dari desa lain yang berpihak ke calon Kepala Desa nomor 2 yang ada di Dusun Kalisawah dengan melakukan negosiasi namun gagal.

20. Apa tujuan menjalin kerjasama tersebut?

Jawaban: Kerja sama ini dilakukan untuk menetralkan keadaan yang ada di Dusun Kalisawah dan Dusun Purbasana.

21. Keuntungan dalam bentuk apa yang didapatkan calon Kepala Desa?

Jawaban: Keuntungan yang saya dapatkan dari adanya *botoh* ini adalah saya merasa benar-benar dibantu secara sukarela tanpa mengharapkan imbalan, namun saya sadar diri untuk memberikan ganti perjalanan lelah mereka dan untuk operasional.

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

A. Subjek Penelitian : *Botoh* Nomor 1

B. Identitas Informan

Hari/Tanggal : Senin, 30 Desember 2019

Waktu Wawancara : 18.30 s.d. 20.20 WIB

Nama : Bina

Umur : 45 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

C. Pertanyaan

1. Siapa yang berperan menjadi *botoh*?

Jawaban: Yang berperan menjadi *botoh* itu orang-orang yang benar-benar sukarela membantu dalam memenangkan calon Kepala Desa ini. Ada banyak orang yang bergabung masuk ke dalam tim pemenangan. Kemarin saya menjadi ketua tim pemenangan calon Kepala Desa nomor 1. S ebenarnya secara keseluruhan itu semua orang yang terlibat ini sama-sama berjuang, hanya ini ada koordinator dan diminta untuk menjadi ketua.

2. Apa pekerjaan masing-masing *botoh* tersebut?

Jawaban: Untuk pekerjaan secara keseluruhan rata-rata adalah petani, tapi saya sendiri bekerja menjadi supir.

3. Apa status hubungan *botoh* dengan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya tidak ada hubungan apapun dengan calon Kepala Desa nomor 1. Tidak ada hubungan famili, tidak ada hubungan kekeluargaan. Karena saya sendiri murni orang luar karena saya bukan asli orang Desa Parakan. Dan disini saya ikut istri, walaupun istri saya

asli orang sini juga jauh dari kata saudara dengan calon Kepala Desa. Tapi, saya melihat beberapa orang baik itu di pihak Cakades nomor 1 maupun Cakades nomor 2, karena dia punya ketertarikan mendaftarkan diri menjadi Kadus di RW 4 yang kebetulan ada pendaftaran tahun 2020. Tapi, selama orang-orang ini setia pada kandidat itu bagi saya tidak masalah karena yang terpenting tidak merugikan Cakades itu.

4. Apa motivasi *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Ada motivasi dalam diri saya yaitu karena saya merasa memiliki satu visi dan satu misi yang sama dengan yang dibawakan oleh calon Kepala Desa.

5. Apa yang digagas *botoh* untuk memenangkan calon Kepala Desa?

Jawaban: Yang digagas dari saya pribadi adalah tentang strategi 4 rumah 1 orang *botoh*. Dan yang lainnya itu kebanyakan gagasan atas pemikiran tim dan calon Kepala Desa.

6. Apa tujuan *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Tujuannya adalah untuk memaksimalkan strategi supaya calon Kepala Desa dapat memenangkan suara. Itu jika dari sudut pandang tim pemenangan. Kalau dari sudut pandang saya pribadi sebagai sukarelawan, kembali lagi kepada motivasi itu. Tetapi rata-rata memang tujuannya karena untuk membantu memenangkan calon karena memang kebanyakan masih memiliki hubungan saudara dengan calon Kepala Desa.

7. Apa yang ditawarkan *botoh* kepada tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya tidak menawarkan apapun kepada tim maupun Kepada Calon Kepala Desa. Namun saya yang di amanahi oleh calon Kepala Desa nomor 1 beserta kesepakatan tim untuk menjadi Ketua Tim Pemenangan.

8. Apa kontribusi yang diberikan *botoh* untuk tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Kontribusi yang diberikan untuk tim pemenangan, karena menjadi ketua tim tentu bukan perkara yang mudah. Bertanggungjawab atas rekan-rekan *botoh* kepada calon Kepala Desa dan memastikan strategi berjalan, mengawasi serta berusaha untuk saling melindungi. Karena tidak kecil kemungkinan ancaman yang membahayakan rekan-rekan baik itu berupa acaman atau intimidasi semacamnya.

9. Kapan *botoh* mulai bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya sendiri bergabung sebelum Pak Sugeng melakukan pencalonan, namun sudah berniat untuk mencalonkan diri.

10. Bagaimana *botoh* terlibat dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Walaupun saya berada dikubunya Pak Sugeng, tetapi kita memberikan dukungan dan memberikan strategi itu secara baik. Tidak bermain kucing-kucingan, tidak bermain intimidasi, kita memberikan misi dan visi yang sebenarnya kalau memang itu diperhatikan oleh masyarakat itu enak.

11. Apa saja yang dipertimbangkan oleh *botoh* untuk masuk dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Sebenarnya atas dasar diri sendiri. Kita itu punya visi dan punya misi, pertama saya ingin merubah wajah Desa Parakan menjadi desa yang mandiri, karena saya tahu calon yang tidak saya usung itu sudah pasti dikomandani orang-orang dari luar. Kemudian yang kedua ini saya diminta untuk membantu. Yang ketiga, saya melihat rekan-rekan lain itu sejalan jadi sesama koordinator itu kita satu visi dan misi. Jadi misalkan saya cocok dengan orang-orang sejalan, ya sudah kita berjibaku membantu. Mohon maaf, saya juga diminta calon Kepala Desa nomor 2 yang sekarang menjadi kepala desa juga, datang menemui saya dirumah untuk meminta tolong. Namun kemudian saya berterus terang, saya sudah menyanggupi dengan calon yang lain. Ya sukarela kita membantu dan jika hati sudah cocok tidak perlu dikasih

uang atau apa. Tetapi, jika dipikir-pikir saya yang keluar uang, kita bantu secara moral secara materi walaupun ibarat kata tidak jadi ya tidak masalah. Namanya harus ada yang menang.

12. Untuk memenuhi operasional, dari mana *botoh* mendapatkan dana?

Jawaban: Kita waktu itu karena memang dalam keadaan keuangan yang terbatas itu melakukan patungan semua *botoh* yang masuk dalam tim pemenangan itu benar-benar berjibaku mencari sumber dana. Ibarat kata yang ngasih uang saku ke jiwa pemilih untuk berangkat ke lapangan itu kita gotong royong mencari uang dan itu nanti di akhir ditanggungjawab oleh keluarga calon Kepala Desa nomor 1.

13. Bagaimana cara *botoh* bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya bergabung itu awalnya didatangi oleh Pak Sugeng di rumah saya dan beliau menyampaikan maksud, tujuan serta benar-benar meminta tolong untuk dibantu dalam memenangkan pemilihan Kepala Desa.

14. Apakah *botoh* menjalin kerjasama dengan pihak lain?

Jawaban: Alhamdulillah tidak. Ya adapun itu dikatakan bukan dalam bentuk kerja sama. Karena, memang punya saudara, saudara main, kita punya temen di sana ya lihat, tapi walaupun dia seperti mau memprovokasi yang lain kita tidak mengharapkan hal seperti itu. Ya, mohon maaf kita waktu itu bukan berpikinya saingan secara tidak sehat. Kita waktu itu beradu argumen visi dan misi yang waktu itu diantaranya memberikan tunjangan kepada Guru PAUD, Guru ngaji, kita akan memberikan intensif kepada rumah ibadah, waktu itu juga akan memberikan lapangan kerja, membuka BUMDES. Alhamdulillahnya kita 100% didukung warga asli domosili Desa Parakan yang memang benar-benar condong ke Pak Sugeng waktu itu. Namun, sebenarnya Pak Sugeng pun memerlukan apa yang perlu dibantu pihak lain, tetapi tidak se-*intens* orang-orang dari calon Kepala Desa nomor 2 karena kita mengimbangi. Kalau membantu ya bisa

tetapi karena waktu itu memang uang yang berbicara itu sudah tidak ada. Jadi misalkan punya segudang uang, mungkin kita menang karena tidak ada uang, otomatis calon pemilih ini berpikiran “*tidak ada sangi*” kan kalah banyak. Dan yang satu lagi itu rasa ketakutan, rasa was-was mereka berpikiran begini rata-rata “kalau pun paslon sini menang, pasti paslon yang sana kalah ini ada kekhawatiran”, walaupun hal itu beberapa orang yang merasa tetapi setidaknya memikirkan efek kalau misal kalah pasti hancur parah. Tapi memang iya kalau di desa itu sekarang sudah bukan lagi demokrasi caranya, siapa yang punya uang, siapa yang punya beking kuat itu yang bisa menguasai suara.

15. Desa mana saja yang terlibat dalam pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Jadi, kalau misalkan kita melihat kubu yang menang kemarin itu mereka didukung dari pihak luar itu sangat banyak dan banyak itu memang keuangannya besar dan permisi, karena mungkin hubungan istrinya calon Kepala Desa itu orang Purwonegoro jadi paling tidak ada ikatan keluarga dan ikatan emosional tersendiri itu. Walaupun bagaimanapun juga masyarakat Desa Parakan masih memiliki jiwa yang tidak bisa stabil dan kalau memang mereka katanya ingin mandiri serta tidak mau menggunakan jasa orang itu bohong. Toh kenyataannya mereka semua pada ketakutan. Dalam arti kalau anda melakukan survei sebulan atau dua bulan sebelum hari pencoblosan pasti kalau ditanya milih mana Pasti milih Sugeng. Setelah 1 bulan mendekati pemilihan, lawan itu lebih intens. Bagaimanapun trik, bagaimanapun cara itu dilakukan. Memang tipikal premanisme dan menakuti ini masih kental dengan karakteristik orang-orang Purwonegoro ya sudah. Dan mereka pun merasa gayung bersambut membutuhkan tenaga-tenaga mereka.

Bagi orang desa pasti merasa ketakutan karena intimidasi nya benar-benar. Jika di sekitar sini sederhana, tapi di Dusun Kalisawah itu menakutkan. Dan di Dusun Bleber itu juga pihak lain tidak bisa masuk, jadi kalau di desa namanya silaturahmi (*ngendong*) merupakan

adat waktu pemilihan kepala desa, tidak bisa terlaksana. Saya lewat pun tidak diperbolehkan dan itu memang terjadi semua relawan semua pendukung pendukung dari calon Kepala Desa nomor 1, melewati wilayah sana itu tidak bisa. Pasti dikawal mau Desa tetangga yaitu ke Purwonegoro itu juga dikawal, saya sendiri mengalami. Dan Perjalanan saya diikuti, setelah lewat Purwonegoro itu mereka lepas. Begitu saya pulang juga ditunggu. Jadi saya diantar lagi sampai pulang ke rumah, begitu saya masuk rumah dia pergi.

16. Bagaimana strategi *botoh* dalam memenangkan calon Kepala Desa?

Jawaban: Jadi kita kemarin strateginya semacam *Multi-level Marketing*, 1 orang *botoh* yang minimal memegang 4 orang pemilih. Kalaupun kita memberikan pertanggungjawaban itu tidak terlalu berat. Kalau 1 orang *botoh* membawa 20 atau 30 orang itu terlalu berat. Karena bagi saya, jika 1 orang mengawasi orang lain yg rumahnya jauh itu akan kesulitan dan tidak terkontrol. Dan posisi H-2 pemilihan itu ibarat pagar betis, tidak bisa yang namanya orang *ngendong* di rumah orang lain itu tidak bisa. Nah strategi saya sama sebenarnya waktu saya menjadikan kepala desa sebelum ini sistemnya juga pakai ini. Kalau yang jauh itu suruh dihendel tetangganya. Jadi kita kemarin banyak orang yang kita jadikan *botoh*. Jadi, misalkan saya itu satu RW minimal 50-an relawan, sudah bisa mengumpulkan 250 suara.

17. Bagaimana *botoh* dibentuk?

Jawaban: Erat kaitannya dengan *mult-level* atau tingkatan dalam garis koordinasi, kami menggunakan ini sebagai tempat melahirkan *botoh-botoh* yang ada di bawahnya dengan pembentukan jaringan baru.

18. Kenapa hasil perhitungan suara tidak sesuai dengan target?

Jawaban: tidak sesuai target kita, pertama itu juga di strategi kita yang kedodoran dalam perekrutan relawan koordinator itu mereka kalah. Atau dalam arti mental-mental mereka diintimidasi dan akhirnya berbalik yang tadinya sudah oke dengan Pak Sugeng, tetapi permainan-permainan mereka yang memang mengintimidasi itu

berhasil. Contohnya seperti ini Pak Edi Reban itu tidak mungkin akan memihak sana karena merasa sangat berhutang Budi dengan Keluarga Pak Sugeng. Beliau sudah memberikan satetment, minimal dengan keluarganya itu paling tidak ada 12 orang. Pak Wahyono sebagai koordinator di sana menjanjikan 30 suara syukur bisa 50 suara, terus yang lain-lain Pak Yanto, bisa keluarganya 7-10 suara. Tapi nyatanya diantara orang-orang itu keluar satu persatu tinggal Pak Yanto dan Pak Yohan, jadi dari Bleber bisa mendapat 25 suara. Dan maaf, sampai sekarang pun 25 orang ini masih dimusuhi karena bukan pemilih nomor 2. Dan *botoh* tim nomor 2 paham, dari pemetaan mereka sendiri. Ya, kental dengan kubu-kubuan memang itu sampai sekarang masih terasa dan yang namanya di kampung persaingan itu sangat terlihat, seperti saya ini orang-orang tahu. Tetapi bagi saya kontestasi politik kemarin ya sudah.

19. Intimidasi dalam bentuk apa saja yang diberikan kepada masyarakat?

Jawaban: Intimidasi kemarin itu gerombolan orang. Mereka mendatangi para *botoh* atau koordinator calon kepala desa nomor 1. Seperti saya didatangi dengan berbagai macam cara. Dan mereka tidak sendirian sekitar 4 sampai 5 orang berboncengan motor datang malam-malam ke sini ini jam 1 jam 2 dini hari. Iya walaupun tidak melakukan tindakan fisik tapi secara psikologi otomatis akan terjadi konflik pembicaraan. Namun, kalau saya pribadi masih berpikir “masa iya berkonflik ya tidak mungkin”. Tapi seandainya ada orang yang dalam emosional merasa berani mungkin akan menjadi konfrontasi. Tapi, alhamdulillah teman-teman yang baru bersama saya tidak ada yang seperti itu. Waktu kampanye itu saja kita keluar. Mereka benar-benar keluar orang yang sangat banyak. Yang kita lakukan waktu itu memasang lampu jalan di sekitar pemakaman dan lampu itu sampai sekarang masih ada dan menyala.

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

A. Subjek Penelitian : *Botoh* Nomor 1

B. Identitas Informan

Hari/Tanggal : Senin, 30 Desember 2019

Waktu Wawancara : 08.00 s.d. 08.20 WIB

Nama : Woto

Umur : 47 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

C. Pertanyaan

1. Apa status hubungan *botoh* dengan calon Kepala Desa?

Jawaban: Hubungan saya dengan calon Kepala Desa nomor 1 adalah masih saudara atau keluarga.

2. Apa motivasi *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Motivasi saya adalah mendukung calon Kepala Desa yang amanah, mandiri dan beliau yang pernah menjadi kepala desa tinggal melanjutkan jabatan serta pengalaman beliau pun ada.

3. Apa yang digagas *botoh* untuk memenangkan calon Kepala Desa?

Jawaban: Gagasan itu banyak seperti memberikan program-program inti seperti memajukan desa, menjalin hubungan sesama warga desa, dan penyampaian visi misi calon Kepala Desa nomor 1 kepada masyarakat.

4. Apa tujuan *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Karena selain dukungan sebagai keluarga, selain itu saya juga menginginkan terciptanya desa yang mandiri.

5. Apa kontribusi yang diberikan *botoh* untuk tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Kontribusi yang saya berikan ialah berupa memberikan dorongan dan motivasi kepada calon Kepala Desa nomor 1 untuk memantapkan diri menjadi calon Kepala Desa.

6. Kapan *botoh* mulai bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: saya bergabung sejak calon itu hendak berdiri. Terhitung sampai bulan desember ini sudah hampir 6 bulan yang lalu. Setelah beliau positif utk mencalonkan, kemudian kami membentuk tim pemenangan.

7. Bagaimana persebaran *botoh* dalam tim pemenangan Kepala Desa?

Jawaban: Persebarannya ialah dibentuk *botoh* di masing-masing RT. Mereka berdomisili di RT dan RW itu supaya mudah dalam pengawasan. Di tingkat RW atau dusun itu minimal 10 orang *botoh* yang masing-masing RW diwakilkan 2 orang. Dengan ketentuan 4 rumah dijadikan 1 *botoh*. Karena satu Desa Parakan ini terdapat 24 RT, dikalikan 4. Hampir 100 *botoh* lebih. Dan mereka ini yang berhadapan langsung dengan para calon pemilih.

8. Apa yang mendorong *botoh* masuk dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Yang mendorong saya masuk dalam tim pemenangan adalah dari diri sendiri dan disetujui oleh calon Kepala Desa nomor 1. Jadi, yang mbentuk tim pemenangan itu calon Kepala Desa langsung. Dan menunjuk beberapa orang untuk dijadikan tim inti.

9. Bagaimana *botoh* terlibat dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Sebelum kampanye itu membentuk *botoh* di masing-masing RT, diambil 1 RT minimal 10 orang, dan semasa kampanye kita menggerakkan *botoh* dan tim pemenangan, untuk mempengaruhi langsung kepada pemilih supaya memilih calon yang kita usung. Saat

pelaksanaan pemilihan kami mendampingi calon pemilih, dan setelah pelaksanaan karena kita kalah ya sudah selesai.

10. Untuk memenuhi operasional, dari mana *botoh* mendapatkan dana?

Jawaban: Dana berasal dari hasil iuran dari tim pemenangan. Sementara pada waktu itu memberikan bantuan, dan pada akhirnya nanti dihitung hutang. Dan yang melunasi adalah calon Kepala Desa nomor 1 yang kita usung.

11. Adakah donasi dari seseorang?

Jawaban: Donasi tidak ada. Paling donasi berupa barang yaitu rokok.

12. Adakah penggalangan dana untuk menyokong keuangan biaya operasional?

Jawaban: Tidak ada. Hanya usaha iuran dari *botoh* yang nanti dihitung hutang.

13. Bagaimana cara *botoh* bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya bergabung dengan cara waktu itu calon Kepala Desa nomor 1 mendekati dan menemui saya di rumah untuk meminta do'a restu dan dukungan serta bantuan dalam upaya memenangkan pemilihan Kepala Desa Parakan.

14. Media apa yang digunakan *botoh* untuk mempromosikan calon Kepala Desa?

Jawaban: Mengumpulkan tokoh-tokoh dan jiwa pemilih melalui pertemuan RT dan tahlil. Serta mengundang tokoh-tokoh masyarakat ke rumah kemenangan.

15. Bagaimana cara *botoh* meyakinkan masyarakat untuk memilih calon Kepala Desa?

Jawaban: Meyakinkan masyarakat dengan cara memberikan motivasi kepada masyarakat untuk calon Kepala Desa yang kita usung dengan visi misi yang baik dan tujuan yang benar. Yang pertama, karena calon yang diusung ini sudah pernah menjabat sebagai Kepala Desa Parakan Tahun 2007-2013. Kedua itu beliau menginginkan desa yang mandiri.

16. Apakah ada sasaran kalangan tertentu sebagai strategi untuk mendulang dukungan?

Jawaban: Sasaran itu kita lakukan melalui masing-masing RT ada 10 tokoh yang kita jadikan tim.

17. Apakah *botoh* menjalin kerjasama dengan pihak lain?

Jawaban: Kita tidak menjalin kerjasama dengan pihak lain. Semua murni warga desa parakan. Karena kami bertujuan menciptakan desa yang mandiri, tanpa ada introgasi dari orang desa lain.

18. Apakah ada perjanjian antara *botoh* dengan calon Kepala Desa?

Jawaban: Perjanjian tidak ada. Karena benar-benar mengusung calon Kepala Desa yang baik dan berpengalaman.

19. Keuntungan dalam bentuk apa yang didapatkan *botoh*?

Jawaban: Keuntungan secara pribadi tidak ada. Karena memang rewalan yang mengusung calon Kepala Desa. Tidak ada pengaruh apa-apa. Benar-benar relawan berjuang tidak ada bayaran atau apapun, hanya memberikan pikiran dan tenaga untuk memberikan motivasi kepada calon Kepala Desa nomor 1.

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

A. Subjek Penelitian : Calon Kepala Desa Nomor 2

B. Identitas Informan

Hari/Tanggal : Selasa, 19 Desember 2019

Waktu Wawancara : 08.00 s.d. 08.20 WIB

Nama : Saryo

Umur : 40 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

C. Pertanyaan

1. Siapa yang berperan menjadi *botoh*?

Jawaban: Semua orang yang membantu dalam pencalonan saya, memiliki pengaruh yang besar bagi saya. Namun, ada beberapa orang yang bagi saya menjadi orang yang mampu di depan dan mereka termasuk orang-orang yang paling saya percaya. Kemudian dari masing-masing RW ada Tim 1, Tim 2, dan Tim 3. Dimana Tim 1 untuk merekrut *botoh*, Tim 2 mengumpulkan orang yang menjadi *botoh*, dan Tim 3 adalah yang bisa memberikan informasi valid tentang pemetaan calon pemilih (warga).

2. Apa pekerjaan masing-masing *botoh* tersebut?

Jawaban: Rata-rata pekerjaan mereka adalah pedagang. Karena, kebetulan memang RW tempat saya tinggal itu berprofesi sebagai pedagang. Mereka orang-orang yang berada di Tim 1 ada seperti Rustono, Nur Khami, Budi Katur, Zaenal dan Diryo yang sebagai tim inti istilahnya. Sedangkan untuk Tim 2 ada Toha, Adam, Rohim, Kasir

Suhada yang bekerja ditingkat RW serta Tim 3 untuk *botoh* di RT ini mereka memiliki status pekerjaan bermacam-macam ada juga yang petani.

3. Apa status hubungan *botoh* dengan calon Kepala Desa?

Jawaban: Status hubungan saya dengan para *botoh* itu rata-rata masih keluarga dan saudara.

4. Apa motivasi *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Mereka ya termotivasi karena masih keluarga, apapun wujudnya masih mendukung supaya terpilih menjadi calon kepala desa dan sukses.

5. Apa yang digagas *botoh* untuk memenangkan calon Kepala Desa?

Jawaban: Untuk *botoh* itu sendiri ada yang tim bagian membuat yakin calon pemilih untuk memilih saya. Masing-masing *botoh* perwakilan antar RW itu saling bertukar pikiran. Mereka memiliki target masing-masing RW dapat memperoleh suara sekian persen. Sedangkan di tingkat RT ada kurang lebih 90 *botoh* itu ada untuk lebih memaksimalkan pergerakan tingkat RW itu.

6. Apa tujuan *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Tujuan mereka tidak ada. Yang terpenting itu berupaya supaya saya yang mencalonkan diri sebagai calon Kepala Desa bisa menang atau unggul perolehan suaranya.

7. Apa yang ditawarkan *botoh* kepada tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Mereka tidak menawarkan apapun kepada tim pemenangan secara umum atau kepada saya.

8. Apa kontribusi yang diberikan *botoh* untuk tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Mereka memiliki kontribusi saling menjaga. Istilahnya, *botoh* memiliki orang-orang yang akan memilih (calon pemilih) supaya tidak memilih ke calon Kepala Desa yang satunya.

9. Berapa jumlah *botoh* yang bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Untuk *botoh* sendiri jumlahnya tidak terhitung. Saya hanya bisa menyampaikan ada banyak. Karena masing-masing RW itu ada perwakilannya.

10. Kapan *botoh* mulai bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Mereka mulai bergabung waktu saya sudah pasti hendak mencalonkan diri. Kemudian mulai merekrut tim-tim yang dibagi menjadi tiga.

11. Bagaimana persebaran *botoh* dalam tim pemenangan Kepala Desa?

Jawaban: Desa Parakan ada 5 RW, sehingga persebaran itu ada di setiap RW. Ada *botoh* saya di setiap RW itu. Masing-masing dari mereka memiliki tanggung jawab untuk saling menjaga. Yang di jaga terutama *botoh-botoh* dibawah perwakilan masing-masing RW itu. jadi, mereka berjumlah berapa, selalu di kontrol. Waktu itu tidak ada paksaan atau apapun. Yang terpenting kita jaga supaya calon pemilih ini tetap memilih saya. Menjaga calon pemilih ini melalui hubungan silaturahmi, kalau di desa istilah akrabnya “*ngendong*”. Lalu apapun yang kita bisa sambil berdiskusi dengan sesama *botoh*.

12. Untuk memenuhi operasional, dari mana *botoh* mendapatkan dana?

Jawaban: Untuk dana keperluan operasional dari saya pribadi. Kita ada juga tim relawan, tim relawan itu tidak masuk dalam tim 1, tim 2 dan tim 3. Yang ada, mereka ini sukarela membantu tanpa ada maksud tertentu.

13. Adakah penggalangan dana untuk menyokong keuangan biaya operasional?

Jawaban: Penggalangan dana tidak ada.

14. Bagaimana cara *botoh* bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya menemui *botoh-botoh* itu ke rumah masing-masing dengan maksud meminta bantuan dan Do'a restu tentang pencalonan saya. Yang saya temui ini yaitu yang saya percaya untuk menjadi yang di depan. Dan untuk yang lainnya, saya mengundang banyak orang yang bersedia membantu dan disitu saya memperkenalkan diri, mohon dukungan dan doa restunya hendak mencalonkan diri sebagai calon kepala desa.

15. Media apa yang digunakan *botoh* untuk mempromosikan calon Kepala Desa?

Jawaban: Media kampanye kita secara langsung, yaitu oleh tim yang bertugas di masing-masing RW dikumpulkan, dan mereka yang menyampaikan ke calon pemilih dengan menyampaikan visi dan misi pencalonan saya menjadi calon Kepala Desa.

16. Bagaimana cara *botoh* meyakinkan masyarakat untuk memilih calon Kepala Desa?

Jawaban: Cara meyakinkan yaitu melalui penyampaian visi dan misi yang saya usung serta melalui hubungan secara keluarga melakukan silaturahmi (*ngendong* = berkunjung ke rumah calon pemilih).

17. Apakah ada sasaran kalangan tertentu sebagai strategi untuk mendulang dukungan?

Jawaban: Sasaran tertentu itu tidak ada, karena target kita yang terpenting adalah mengumpulkan suara sebanyak-banyaknya.

18. Apakah *botoh* menjalin kerjasama dengan pihak lain?

Jawaban: Tidak ada kerjasama dengan pihak lain, rata-rata adalah orang Desa Parakan ini.

19. Keuntungan dalam bentuk apa yang didapatkan calon Kepala Desa?

Jawaban: Keuntungan yang saya dapat dari *botoh* yaitu saya merasa didukung karena mereka ikhlas dan rela. Mereka sukarela dan tidak ada imbalan apapun.

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

A. Subjek Penelitian : *Botoh* Nomor 2

B. Identitas Informan

Hari/Tanggal : Jum'at, 03 Januari 2020

Waktu Wawancara : 17.00 s.d. 18.00 WIB

Nama : Suhada

Umur : 41 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

C. Pertanyaan

1. Siapa yang berperan menjadi *botoh*?

Jawaban: Yang menjadi *botoh* disini adalah orang yang sukarela dalam memberikan dukungan sepenuhnya kepada calon Kepala Desa Nomor 2 dan bersedia membantu proses pmenangan

2. Apa pekerjaan masing-masing *botoh* tersebut?

Jawaban: Kalo disini masing-masing itu bekerja sebagai petani. Karena termasuk saya juga menjadi petani.

3. Apa status hubungan *botoh* dengan calon Kepala Desa?

Jawaban: Hubungan saya dengan calon Kepala Desa Nomor 2 ini teman. Yang lebih membuat kesan ini karena waktu belajar dahulu di Pesantren yang sama. Dan keakraban menjadi teman ini masih terasa sampai sekarang.

4. Apa yang digagas *botoh* untuk memenangkan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya tidak menggagas apapun. Yang utama, saya mengikuti instruksi bersama tim pemenangan.

5. Apa tujuan *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Tujuan saya yaitu hanya ingin membantu sampai menang. Dan kalau menang ini bagi saya memiliki kepuasan dan kebanggaan tersendiri.

6. Apa yang ditawarkan *botoh* kepada tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya pribadi itu tidak menawarkan apapun kepada tim pemenangan. Karena saya murni menjadi relawan yang benar-benar ingin membantu memenangkan calon Kepala Desa Nomor 2 ini.

7. Apa kontribusi yang diberikan *botoh* untuk tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Yang saya lakukan untuk tim pemenangan calon Kepala Desa ini yaitu melakukan *ngendong* atau kunjungan silaturahmi ke rumah-rumah warga yang menjadi calon pemilih. Rumah yang saya masuki itu sangat banyak jumlahnya. Tidak jarang yang bekerja sama dengan saya di RW ini meminta untuk ditemani. Kunjungan ini saya lakukan dari masa setelah calon Kepala Desa Nomor 2 mendaftarkan diri sampai menjelang hari H pelaksanaan pemilihan. Biasanya saya melakukan kunjungan kisaran pukul 19.00 WIB sampai pukul 23.00 WIB karena ini merupakan jam istirahat sehingga dipastikan warga berada di rumah.

8. Berapa jumlah *botoh* yang bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Yang menjadi *botoh* itu ada banyak, yang pasti dan yang termasuknya inti ini di atas saya dari calon Kepala Desa Nomor 2 dibawah ada 5 orang *botoh*, kemudian dibawah lima orang itu ada yang perwakilan masing-masing RW dan itu termasuk saya. Dan saya di RW ini tidak sendirian, dibawah saya ada kurang lebih 10 orang *botoh* yang membantu saya.

9. Kapan *botoh* mulai bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya bergabung waktu setelah calon Kepala Desa nomor 2 melakukan pendaftaran Cakades. Karena sebelumnya tidak pernah nyinggung ia hendak mencalonkan diri.

10. Bagaimana persebaran *botoh* dalam tim pemenangan Kepala Desa?

Jawaban: Kalo saya ke masyarakat di seluruh RW 4 ini. Saya berkunjung silaturahmi bersama satu teman. berjalan bersama juga masuk bersama. Jika tidak, saya mengunjungi rumah calon pemilih melalui orang-orang yang sudah terlihat memihak calon Kepala Desa nomor 2 untuk minta ditemani bersilaturahmi dengan orang yang sudah dikenal olehnya.

11. Apa yang mendorong *botoh* masuk dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya mendapat dorongan dari pribadi. Calon Kepala Desa Nomor 2 ini di mata saya itu adalah orang yang baik. Saya merasakan ini dari waktu di pesantren sampai sekarang.

12. Bagaimana *botoh* terlibat dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya turut serta dalam proses kampanye seperti melakukan kunjungan silaturahmi ke rumah calon pemilih. Kemudian waktu hari H pemilihan saya di sekitar tempat pemungutan suara untuk melakukan pemantauan yaitu misalnya, ada calon pemilih yang sudah mengiyakan hendak memilih calon Kepala Desa Nomor 2, dan hadirnya saya disitu secara tidak langsung untuk mengingatkan kembali. Istilahnya "*ngaton*". Supaya calon pemilih itu memiliki keyakinan kuat untuk memilih calon Kepala Desa Nomor 2. Waktu hari H pemilihan itu saya sekitar jam 04.00 WIB pagi ke rumah calon Kepala Desa Nomor 2 untuk ikut mengawal perjalanan beliau dari rumah sampai ke lapangan Desa Parakan (tempat dilakukannya pemungutan suara). Dan di akhir acara, saya menjadi saksi luar.

13. Bagaimana *ngaton* dilakukan?

Jawaban: tujuan *ngaton* ini adalah kita ikut mengawasi. Bukan maksud berperasangka buruk atau gimana, tapi bisa dimungkinkan ada

oknum yang bisa saja merusak bahkan mengacaukan suasana. Untuk mempermudah dalam mengawasi, kita di bagi menjadi tiga titik. Ada yang bersama pemilih, ada yang hanya berjalan-jalan di sekitar, dan ada yang di garis terluar lapangan. Kita saling koordinasi, kalau ada sesuatu yang tidak diinginkan bisa dengan mudah kita segera mengatasi.

14. Apa yang membuat *botoh* yakin mengusung calon Kepala Desa tersebut?

Jawaban: Yang membuat saya yakin karena saya sudah akrab sejak lama dan mengenal secara dekat dengan calon Kepala Desa Nomor 2, itu landasan utamanya.

15. Apa saja yang dipertimbangkan oleh *botoh* untuk masuk dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya tidak ada pertimbangan apapun ketika memutuskan untuk bergabung.

16. Untuk memenuhi operasional, dari mana *botoh* mendapatkan dana?

Jawaban: Saya menanggung sendiri segala operasional dari apapun yang saya sendiri pribadi lakukan untuk proses pemenangan. Karena tidak ada apapun, tapi semua orang sama-sama berjuang. Hanya saja waktu itu pernah mengeluarkan uang untuk fotocopy surat pernyataan tentang satu RW mendapat satu tanah bengkok dan waktu itu juga memfocopy KTP calon pemilih karena pernah ada program sebagai salah satu strategi untuk meminta fotocopy KTP namun tidak jadi dilakukan sementara itu saya sudah sempat memfocopy.

17. Adakah donasi dari seseorang?

Jawaban: Tidak ada donasi dari orang.

18. Adakah penggalangan dana untuk menyokong keuangan biaya operasional?

Jawaban: Tidak ada.

19. Bagaimana cara *botoh* bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Setelah melakukan pendaftaran, Calon Kepala Desa Nomor 2 ini mendatangi rumah saya dan menemui untuk meminta bantuan saya terkait pemenangan.

20. Media apa yang digunakan *botoh* untuk mempromosikan calon Kepala Desa?

Jawaban: Media yang digunakan untuk mempromosikan calon Kepala Desa tidak ada, hanya melakukan silaturahmi ke rumah-rumah calon pemilih, mendatangi pertemuan seperti pengajian dan tahlil, dan *jagongan* (duduk-duduk) di *angkruk* (tempat duduk panjang yang terbuat dari bambu yang diletakkan di tempat strategis/umum biasanya juga diletakkan di pinggir jalan). Dalam hal ini tidak ada target berapa persen suara, hanya menargetkan sebanyak-banyaknya supaya menang.

21. Tentang *jagongan* yang bapak sebutkan tadi, *jagongan* yang dimaksud itu seperti apa?

Jawaban: Kalau dari makna masih sama seperti *jagongan* biasa di *angkruk*, di luar rumah dan tempat-tempat lain. Kan biasanya kalau orang sini suka *jagongan* saat ba'da ashar di tempat-tempat strategis pinggir jalan lebih seringnya. Karena itu, bagi kami *jagongan* ini digunakan sebagai salah satu media untuk mendekati masyarakat.

22. Pendekatan kepada masyarakat dalam *jagongan* ini seperti apa?

Jawaban: sebenarnya dalam *jagongan* kita tujuannya mencari basis suara di lingkungan itu. orang yang kita tugaskan itu kita minta untuk menyamar supaya reaksi masyarakat dapat secara alami dapat muncul. Paling kita hanya membaaur di sana, kalau belum membahas Pilkades itu dari kita yang memancing pembicaraan.

23. Biasanya siapa saja yang *jagongan*?

Jawaban: orang-orangnya acak, ya ada anak-anak, orang tua, laki-laki, dan perempuan. Ramai sudah biasa setiap sore orang-orang keluar rumah untuk *jagongan* bersama tetangga.

24. Bagaimana cara *botoh* meyakinkan masyarakat untuk memilih calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya menjelaskan ke masyarakat karena dia itu baik. Menyampaikan kekurangan dan kelebihan dia itu lebih banyak kebaikannya. Visi misi yang jelas membangun desa parakan supaya sejahtera. Serta menyampaikan tentang calon Kepala Desa nomor 2 ini menjanjikan akan memberikan satu RW mendapat satu bau tanah bengkok, dan sekarang telah dibuktikan namun diuangkan.

25. Apakah ada sasaran kalangan tertentu sebagai strategi untuk mendulang dukungan?

Jawaban: Sasaran kalangan tertentu itu ada dan saya lakukan. Yang saya fokuskan yaitu tokoh masyarakat yang disegani oleh warga. Hal ini adalah inisiatif dari saya sendiri dan saya melakukannya sendiri. Sedangkan dari tim pemenangan hanya menginstruksikan untuk menyampaikan visi misi.

26. Apakah ada perjanjian antara *botoh* dengan calon Kepala Desa?

Jawaban: Secara pribadi tidak ada perjanjian. Namun yang untuk kepentingan umum itu ada perjanjian berupa penandatanganan pembagian 1 RW mendapat 1 bau tanah bengkok.

27. Apakah *botoh* menjalin kerjasama dengan pihak lain?

Jawaban: Tidak.

28. Bagaimana peran *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Kami sering mengadakan pertemuan sesama *botoh*. Didalam pertemuan ini biasanya hanya sekedar melakukan koordinasi dan jika ada melaporkan kejadian-kejadian yang terjadi di lapangan.

29. Bagaimana strategi *botoh* dalam memenangkan calon Kepala Desa?

Jawaban: Sebanyak tiga kali pertemuan di rumah calon Kepala Desa, saya mengajak teman untuk menghadiri. Lalu ditempat lain saya mendatangi jamaah tahlil satu kali dan saya mengundang calon Kepala Desa nomor 2 untuk memperkenalkan diri. Selain itu ya tadi seperti silaturahmi ke rumah calon pemilih tetap menjadi yang utama.

30. Keuntungan dalam bentuk apa yang didapatkan *botoh*?

Jawaban: Keuntungan dalam bentuk materi itu tidak ada. Untungnya hanya memiliki kebanggaan atas terpilihnya calon ini. Karena memang dari hati nurani saya sendiri turut serta memperjuangkan supaya calon Kepala Desa nomor 2 yang saya usung terpilih.

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

A. Subjek Penelitian : *Botoh* Nomor 2

B. Identitas Informan

Hari/Tanggal : Jum'at, 03 Januari 2020

Waktu Wawancara : 13.00 s.d. 14.00 WIB

Nama : Rohim

Umur : 30 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

C. Pertanyaan

1. Siapa yang berperan menjadi *botoh*?

Jawaban: Yang menjadi *botoh* adalah rata-rata yang saya tahu adalah orang yang memang akrab dengan calon Kepala Desa.

2. Apa pekerjaan masing-masing *botoh* tersebut?

Jawaban: Kalo yang saya tahu itu petani sama pedagang.

3. Apa status hubungan *botoh* dengan calon Kepala Desa?

Jawaban: Tidak ada hubungan ikatan apapun. Memang karena sudah akrab sebelum beliau mencalonkan diri. Saya juga sering menjumpai beliau turut serta dalam kegiatan pemuda.

4. Apa motivasi *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Motivasi saya karena menginginkan terpilihnya Calon Kepala Desa Parakan yang akrab dengan pemuda dan peduli dengan kegiatan kepemudaan.

5. Apa yang digagas *botoh* untuk memenangkan calon Kepala Desa?

Jawaban: Untuk memenangkan calon, tidak ada yang saya gagas.

6. Apa tujuan *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Tujuan saya yaitu hanya menginginkan supaya Desa Parakan menjadi lebih baik, terlebih bisa dipimpin oleh Kepala Desa yang bisa menghidupkan pemuda dengan berbagai kegiatan.

7. Apa yang ditawarkan *botoh* kepada tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya tidak menawarkan apapun kepada tim pemenangan.

8. Apa kontribusi yang diberikan *botoh* untuk tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Kontribusi yang saya berikan untuk memenangkan calon Kepala Desa nomor 2 sebenarnya hampir tidak ada.

9. Kapan *botoh* mulai bergabung dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya mulai bergabung sejak ada perkumpulan sebelum calon Kepala Desa ini mendaftarkan diri. Ada pertemuan pemuda sekitar 30 orang di rumah orang tua calon Kepala Desa. saya menghadiri ini karena di ajak. Sebenarnya juga yang dibahas dalam pertemuan bukanlah pembahasan uang berat, hanya mengobrol ringan saja dengan orang-orang yang hadir.

10. Apa yang mendorong *botoh* masuk dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya karena dorongan dari pribadi. Sukarelawan saja istilahnya. Tidak ada yang mengajak dan memerintah.

11. Bagaimana *botoh* terlibat dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Keterlibatan saya ini, saya mengajak saudara dan keluarga saya untuk memilih calon Kepala Desa nomor 2.

12. Apa yang membuat *botoh* yakin mengusung calon Kepala Desa tersebut?

Jawaban: Yang membuat saya yakin karena saya melihat bagaimana calon Kepala Desa Nomor 2 peduli dengan kegiatan pemuda. Istilahnya, belum menjadi apa-apa pada waktu itu tetapi sudah peduli apalagi ketika menjadi pemimpin pemerintahan di Desa.

13. Apa saja yang dipertimbangkan oleh *botoh* untuk masuk dalam tim pemenang calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya tidak ada pertimbangan apapun ketika memutuskan untuk bergabung.

14. Media apa yang digunakan *botoh* untuk mempromosikan calon Kepala Desa?

Jawaban: Paling saya menyampaikan langsung ketika sedang *jagongan* dengan saudara. Karena secara tidak sengaja, pembicaraan saat berkumpul dengan keluarga merujuk pada pembicaraan kandidat calon Kepala Desa dan disitu saya meyakinkan saudara dan keluarga untuk memilih calon Kepala Desa nomor 2.

15. Bagaimana dengan penggunaan media sosial terhadap proses kampanye?

Jawaban: Untuk penggunaan media sosial sangat jarang bahkan sampai tidak digunakan. Paling hanya berisi grup-grup pendukung untuk koordinasi saja. Walaupun disini banyak anak muda, tapi tidak menggunakan media sosial untuk berkampanye. Karena, yang saya tau dari pemuda itu masih dipengaruhi oleh orang tuanya. Dan menurut saya pendekatan yang tradisional itu masih lebih berguna daripada melalui elektronik seperti gaway.

16. Bagaimana cara *botoh* meyakinkan masyarakat untuk memilih calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya menjelaskan niat baik dari calon Kepala Desa nomor 2 yang sangat ingin memajukan Desa Parakan, juga saya menyampaikan tentang beliau yang menjanjikan akan memberikan satu RW mendapat satu bau tanah bengkok.

17. Apakah ada sasaran kalangan tertentu sebagai strategi untuk mendulang dukungan?

Jawaban: Saya lebih mengajak keluarga dan saudara, karena bagi saya mengajak mereka itu lebih penting dan tentu dapat lebih bisa

dipercaya penggunaan hak pilihnya dari pada jika saya mengajak orang lain.

18. Apakah ada perjanjian antara *botoh* dengan calon Kepala Desa?

Jawaban: Waktu itu ada perjanjian untuk kepentingan umum, yaitu penandatanganan pembagian 1 RW mendapat 1 bau tanah bengkok. Saya juga diundang sebagai perwakilan dari pemuda untuk menandatangani namun saya tidak hadir waktu itu karena ada keperluan lain.

19. Apakah *botoh* menjalin kerjasama dengan pihak lain?

Jawaban: Meskipun saya diamanahi menjadi ketua pemuda di RW 04, namun saya tidak serta merta menggunakan jabatan ini untuk melakukan kerja sama dalam proses pemenangan calon Kepala Desa nomor 2. Karena, saya dan anggota pemuda sudah sepakat tidak akan menyinggung tentang kontestasi pemilihan Kepala Desa ataupun yang lainnya.

20. Bagaimana peran *botoh* dalam tim pemenangan calon Kepala Desa?

Jawaban: Saya turut menghadiri undangan dari tim pemenangan waktu itu saat penandatanganan serah terima jabatan ketika Kepala Desa ini telah di lantik. Surat tersebut ditujukan atas nama saya pribadi, bukan untuk pemuda.

21. Keuntungan dalam bentuk apa yang didapatkan *botoh*?

Jawaban: Saya tidak memikirkan keuntungan pribadi. Saya hanya berharap apabila beliau jadi bisa membangun Desa Parakan menjadi lebih baik lagi dengan mengaktifkan pemuda.