

**MONEY POLITIK SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PARA CAKADES DALAM  
MEMENANGKAN PEMILIHAN KEPALA DESA  
(Studi Kasus Pemilihan Kepala Desa Di Desa Rowotamtu  
Kec. Rambipuji Kab. Jember)**

Oleh:

**Siti Faiqotul Mu'awanah***Universitas Islam Negeri KH. Ahmad Shidiq Jember, Jawa Timur, Indonesia*[faiqotulmu@gmail.com](mailto:faiqotulmu@gmail.com)**ABSTRAK**

Politik uang merupakan hal negatif dari segala perspektif. Agama mengajarkan bahwa politik uang sama dengan riba yang dekat dengan kekufuran. Sementara dalam kehidupan sosial masyarakat, politik uang sangat dekat dengan kebodohan dan tidak kepatuhan dalam segala hal. Politik uang dapat dilihat sebagai sebuah fenomena sosial yang kompleks sebagai akibat dari ketidakmampuan diri maupun kelompok tertentu untuk memperjuangkan kepentingan-kepentingan di tengah-tengah komunitas sosialnya. Adapun rumusan masalah secara umum adalah bagaimana praktik politik uang (*money politik*) di Desa Rowotamtu Kec.Rambipuji Kab. Jember dalam memenangkan Pemilihan Kepala Desa?. Untuk mengetahui dan merealisasikan tujuan tersebut maka digunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan sebagai metode penelitiannya adalah studi kasus. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi secara langsung, wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis secara kualitatif yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi serta keabsahan data dengan triangulasi sumber. Adapun kesimpulan secara umum adalah praktik politik dilakukan oleh kandidat calon dan tim suksesnya. Dengan cara *door to door* dan aktif dalam acara-acara keagamaan.

**Key Words: Money Politik, Strategi, Komunikasi Politik, Pemilihan Kepala Desa**

**A. PENDAHULUAN**

Kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari proses hubungan timbal balik yang dilakukan oleh individu dengan individu, antara individu dengan kelompok, antara kelompok dengan individu, antara kelompok dengan kelompok dalam kehidupan sosial yang biasa disebut interaksi. Interaksi sosial maka individu akan termotivasi untuk melakukan komunikasi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhannya sebagai makhluk sosial yang selalu hidup berkelompok dan berhubungan dengan manusia lainnya. Sesuai dengan fungsi komunikasi yakni menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*). Sehingga komunikasi jelas tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat untuk mengatur tatakrama pergaulan antarmanusia, sebab berkomunikasi dengan

baik akan memberi pengaruh langsung pada struktur keseimbangan seseorang dalam bermasyarakat ( Hafied, 2010:3).

Proses Pemilihan Kepala Desa atau Pilkades merupakan salah satu contoh fungsi dari komunikasi yakni mempengaruhi. Pemerintah desa sendiri merupakan struktur yang paling bawah dalam sistem pemerintahan nasional. Dan Pilkades ini kerap kali diperbincangkan oleh sebagian besar masyarakat khususnya masyarakat pedesaan di masa demokrasi, terutama bagi pihak-pihak yang berkecimpung dalam dunia politik ataupun praktisi politik. Strategi menjadi hal yang sangat penting dalam upaya dalam memenangkan suara dalam suatu pemilihan. Strategi yang baik merupakan strategi yang tersusun atas dasar perencanaan-perencanaan yang matang dengan pelaksanaan secara efektif dan efisien.

Strategi minimal dapat diperhitungkan tingkat penggunaannya dan kapan strategi tersebut digunakan pada waktu yang tepat. Demikian pula halnya sebuah strategi yang dijalankan oleh para kandidat calon dan tim-tim pemenang dalam pemilu khususnya pilkades. Dengan kondisi masyarakat yang plural, sehingga kita dapat memahami kondisi agar strategi dapat digunakan pada *timing* yang tepat. Karena masyarakat merupakan subyek pemilih dan obyek bagi tim-tim pemenang.

Namun hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa dalam proses pemilihan kepala desa ini masih terjadi politik uang yang dijadikan strategi bagi kedua kandidat calon untuk memenangkan pemilihan kepala desa tahun ini. Secara umum politik uang adalah suatu bentuk pemberian berupa uang, barang atau janji menyuap seseorang supaya orang tersebut mau memilihnya pada saat pemilihan nanti. Hal ini tidak dapat dipungkiri karena adat seperti ini sudah melekat pada diri masyarakat. Mulai dari pemilihan pilpres, pileg, pilkada maupun pilkades sudah menggunakan cara seperti ini. Sehingga pemerintahpun sulit untuk membuktikan bahwa kandidat calon yang ikut dalam pemilu baik dari tingkat pusat hingga tingkat desa benar-benar melakukan politik uang atau tidak.

Politik uang sebenarnya bertentangan dengan UU No 3 Tahun 1999 pasal 73 ayat 3 yang menjelaskan bahwa siapapun pada waktu diselenggarakan pemilihan umum melakukan pemberian atau janji menyuap akan dipidana dengan hukuman penjara paling lama 3 tahun. Pidana dikenakan kepada yang diberi maupun yang diberi (Darmawan, 2013:11). Dalam perspektif sosiologi politik, fenomena bantuan politis ini dipahami sebagai wujud sistem pertukaran sosial yang biasa terjadi dalam realitas permainan politik. Karena interaksi politik memang meniscayakan sikap seseorang untuk dipenuhi oleh penggarapan timbal balik

(*reciprocity*). Dengan kata lain, relasi resiprositas merupakan dasar bagi terciptanya sistem pertukaran sosial yang seimbang.

Perilaku *money politics*, dalam konteks politik sekarang, seringkali diatasnamakan sebagai bantuan, *infaq*, *shadaqah* dan lain-lain. Pergeseran istilah *money politics* ke dalam istilah moral ini secara tidak langsung telah menghasilkan perlindungan secara sosial melalui norma kultural masyarakat yang memang melazimkan tindakan itu terjadi. Tatkala masyarakat telah menganggapnya sebagai tindakan lumrah, maka kekuatan legal formal hukum akan kesulitan untuk menjangkaunya. Karena itu dibutuhkan kerangka 3 kerja tafsir untuk memahami setiap makna yang tersimpan di balik perilaku politik (*political behaviour*), (Umam, 2006:47). Kesulitan mengambil persepsi yang tegas di kalangan pemimpin masyarakat cukup membingungkan masyarakat. Ketika beberapa agamawan menyatakan bahwa *money politics* itu haram, penilaian beberapa agamawan yang lain tidak seekstrem itu.

Menteri Agama Malik Fadjar, seperti yang dikutip oleh Ismawan dalam *money politics Pengaruh Uang dalam Pemilu*, tidak mau secara tegas mengatakan hukum praktik *money politics* haram. Dia mengaku sulit mengatakan hukumnya dengan dalil-dalil yang jelas berkaitan langsung dengan soal ini (Ismawan, 1999:2). Akhirnya, sulit dibedakan antara pemberian yang tergolong *risywah* (suap) dan pemberian yang tergolong amal jariyah. ketidakpastian hukum ini menjadi salah satu penyebab maraknya praktik *money politics* di Desa Rowotamtu yang masyarakatnya tergolong agamis.

Melihat kenyataan bahwa praktik *money politics* telah begitu melekat dalam kehidupan masyarakat, mulai dari tingkat bawah hingga atas, maka persoalan yang pelik ini harus disikapi dengan serius. Muncul juga motif masyarakat dalam menerima *money politik*. *Money politics* membuat proses politik menjadi bias. Akibat penyalahgunaan uang, pemilu sulit menampilkan ciri kejujuran, keadilan serta persaingan yang *fair*. Pemilu seperti itu akhirnya menciptakan pemerintah yang tidak tidak memikirkan nasib dan kesejahteraan rakyat.

## **B. KAJIAN TEORI**

### **1. Money Politik**

Money politik dalam kamus bahasa Indonesia adalah suap, arti suap sendiri adalah uang sogok (KBBI, 2000:122). Sedangkan menurut pakar hukum tata Negara Universitas Indonesia, Yusril Ihza Mahendra mendefinisikan *money politik* sebagai imbalan materi untuk mempengaruhi massa dalam pemilihan umum. Secara umum *money politik* diartikan sebagai

upaya untuk mempengaruhi perilaku seseorang dengan menggunakan imbalan tertentu, atau dengan kata lain money politik diartikan sebagai tindakan jual beli suara pada sebuah proses politik dan kekuasaan.

## **2. Strategi**

Sebelum membahas strategi komunikasi maka harus mengetahui terlebih dahulu strategi itu sendiri. Strategi dalam kamus bahasa Indonesia berarti rencana atau tujuan. Adapun secara umum strategi adalah ilmu yang mengembangkan dan menggunakan kekuatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan merupakan suatu cara seseorang atau kelompok untuk memenangkan suatu pertarungan. Strategi juga diartikan sebagai metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan seperti pencapaian tujuan. Strategi diartikan sebagai perencanaan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan sehingga dapat dipahami dan akan menghasilkan tujuan yang sama (Hafied, 2010:300). Jadi pengertian strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan management komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003:301).

## **3. Komunikasi Politik**

Pengertian strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan management komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003:301). Politik adalah proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam negara. Sedangkan teori D. Laswell mengatakan politik adalah siapa, memperoleh apa, kapan, dan bagaimana caranya. Sedangkan komunikasi politik adalah pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan, pengordinasian makna antara seseorang dan khalayak, saling berbagi informasi, gagasan atau sikap, dan saling berbagi unsur-unsur perilaku atau modus kehidupan melalui perangkat-perangkat aturan atau pengalihan informasi dari satu orang ataupun kelompok kepada yang lain terutama dengan menggunakan simbol. (George, 1969:62).

Menurut Dan Nimmo, komunikasi politik adalah proses interaksi sosial yang digunakan orang untuk menyusun makna yang merupakan citra mereka mengenai dunia dan untuk bertukar citra itu melalui simbol-simbol (Dan Nimmo, 2000:6).

### **a. Unsur-unsur Komunikasi Politik**

Unsur pertama dalam proses komunikasi politik adalah Sumber atau Komunikator. Semua peristiwa akan melibatkan komunikator sebagai pembuat atau pengirim informasi terhadap komunikannya (Ibid, 2009:21). Unsur kedua adalah pesan. Pesan berisi pikiran, ide atau gagasan, dan perasaan yang berbentuk simbol. Simbol merupakan sesuatu yang digunakan untuk mewakili maksud tertentu seperti kata-kata verbal dan simbol non verbal. Pesan memiliki dua aspek utama yaitu *content* (isi) dan *treatment* (perlakuan). Pilihan

terhadap pesan tergantung dari keterampilan komunikasi, sikap, tingkat pengetahuan, posisi dan sistem politik (Ibid, 2009:21).

Unsur ketiga adalah media. Dalam proses komunikasi politik, media merupakan saluran yang dilalui oleh pesan atau simbol. Terdapat dua tipe saluran yang disepakati para ilmuwan yaitu *sory channel* yakni saluran yang memindahkan pesan sehingga akan ditangkap oleh lima indera manusia. lima saluran dalam channel ini yaitu cahaya, bunyi, tangan, hidung, dan lidah. Saluran kedua yaitu *institutionalized channel* yaitu saluran yang sudah sangat dikenal manusia seperti percakapan tatap muka, material percakapan dan media elektronik (Ibid, 2009:22).

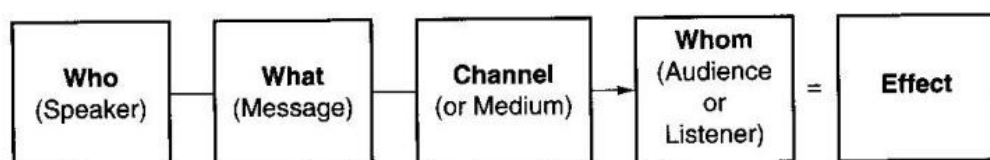
Unsur keempat adalah komunikan. Komunikan merupakan penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dalam komunikasi politik, komunikan merupakan seorang yang berbeda latar belakang dengan komunikator. Tujuan komunikasi yang diharapkan ketika komunikan menerima pesan dari komunikator adalah memperhatikan dan memahami isi pesan, tergantung oleh tiga bentuk pemahaman yaitu *kognitif, afektif dan overt action*. Kognitif yaitu penerimaan pesan oleh komunikan sebagai sesuatu yang benar, kemudian afektif merupakan kepercayaan komunikan bahwa pesan tidak hanya benar namun baik dan disukai, sedangkan overt action merupakan tindakan yang nyata yaitu kepercayaan terhadap pesan yang benar dan baik sehingga mendorong suatu tindakan yang tepat (Ibid, 2009:22-23).

Unsur kelima adalah pengaruh (effect) atau umpan balik. Tujuan manusia berkomunikasi adalah agar tujuan dan fungsi komunikasi dapat tercapai. Tujuan dan fungsi komunikasi politik antara lain memberikan informasi, menerangkan tentang sesuatu, memberikan hiburan dan mengubah sikap atau perilaku komunikan. Didalam proses tersebut diharapkan adanya reaksi atau tanggapan dari komunikan dan hal inilah yang disebut umpan balik. Tanpa adanya umpan balik terhadap pesan-pesan dalam proses komunikasi politik, maka komunikator sulit untuk memahami pikiran dan ide atau gagasan yang terkandung didalam pesan yang disampaikan (Ibid, 23-24).

Unsur yang keenam adalah lingkungan. Lingkungan adalah faktor lain yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam yakni lingkungan fisik, sosial, psikologis, dan lingkungan dalam bentuk waktu atau kondisi (Ibid, 2009:24).

#### **4. Teori Harold Laswell**

Teori strategi komunikasi secara jelas belum pernah menjadi kajian oleh para ilmuwan, akan tetapi model komunikasi pernah disinggung oleh Soreno dan Mortense yang mendefinisikan komunikasi sebagai deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk komunikasi ( Sam Abede, 2002:22). Artinya model komunikasi muncul sebagai bagian dari adanya interaksi komunikasi yang dilakukan oleh individu maupun kelompok. Model dalam komunikasi yang dimaksud dalam tulisan ini merujuk pada model komunikasi Harold Laswell.



## Model Laswell

Model komunikasi Harold Laswell tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diemban dalam masyarakat. Penggambaran komunikasi menurutnya “cara yang baik dalam menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan ( *who say what in which channel to whom with what effect* ) atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan dengan pengaruh bagaimana” ( Hafied, 2009:20). Laswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi, yaitu: *pertama*, pengawasan lingkungan yang mengingatkan anggota-anggota masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan. *Kedua*, korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespon lingkungan. *Ketiga*, transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya.

Definisi-definisi komunikasi sebagaimana dijelaskan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun paling tidak kita sudah memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud dengan komunikasi, walaupun masing-masing definisi memiliki pengertian yang luas dan beragam satu sama lainnya. Dari definisi diatas juga ditekankan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang lain yang menjadi sasaran komunikasi. Dan juga komunikasi mempunyai tujuan untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang ingin kita sampaikan atau kita minta dapat dimengerti sehingga komunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai ( Widjaja, 1986:10). Tidak cukup dengan tujuan saja, komunikasi juga mempunyai fungsi. Fungsi dari komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Informasi: pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- b. Sosialisasi (pemasyarakatan) : penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
- c. Motivasi: menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
- d. Perdebatan dan diskusi: menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama di tingkat nasional dan lokal.
- e. Pendidikan: pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentuk watak dan pendidikan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

- f. Memajukan kebudayaan: penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreatifitas dan kebutuhan estetikanya.
- g. Hiburan: penyebarluasan sinyal, symbol, suara, dan image dari drama, tari, kesenian, kesastraan, musik, olahraga, permainan dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.
- h. Integrasi: menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

Tujuan dan fungsi komunikasi tidak akan berjalan atau tidak akan terjadi sebuah komunikasi atau pertukaran informasi, jika komponen atau unsur-unsur komunikasi tidak ada. Lasswell menyebutkan lima unsur komunikasi, yaitu (*Ibid.*, 69) :

a. Sumber (*source*)

Sumber (*source*) sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*). Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Atau dengan kesimpulan komunikator adalah pemberi pesan atau informasi.

b. Pesan (*message*)

Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat symbol verbal dan atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud komunikator atau sumber tadi. Pesan mempunyai tiga komponen, yaitu makna, symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan.

c. Saluran (*channel*) atau Media

Saluran atau media yakni alat atau wahana yang digunakan sumber atau komunikator untuk menyampaikan pesan kepada penerima informasi. Saluran boleh merujuk pada bentuk verbal dan non verbal ( baik menggunakan media cetak ataupun elektronik).

d. Penerima (*receiver*) atau Komunikan

Penerima (*receiver*) sering juga disebut sasaran atau tujuan (*destination*), komunikate (*communicate*), penyandi balik (*decoder*), atau khalayak (*audience*) yakni menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaannya, penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan sepeangkat symbol verbal atau non verbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia pahami. Dan proses ini disebut penyandian balik (*decoding*).

e. Hasil (*effect*)

Hasil yaitu apa yang terjadi pada komunikan setelah ia menerima pesan atau informasi. Kemudian setelah hasil diketahui maka ada timbal balik (*feed back*). Timbal balik ini merupakan tanggapan dari penerimaan pesan atau isi pesan yang disampaikan. Itulah pemaparan unsur- unsur terpenuhi, bahwa

dalam hal penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan ada beberapa metode yang digunakan oleh komunikator dalam penyampaian pesan, yaitu (Widjaja, 1986:89) :

1) Komunikasi Satu Arah (*One Step Flow Communication*)

Komunikasi satu arah adalah dimana komunikator dapat mengirim pesan langsung kepada komunikan atau masyarakat yang dituju. Dan komunikasi satu arah ini bisa dikatakan sebagai komunikasi yang tidak memberi kesempatan kepada komunikan untuk memberikan sanggahan atau tanggapan. Kelemahan dari komunikasi satu arah, yakni :

- a) Tidak ada *feed back* dari komunikan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga komunikan hanya bisa menerima pesan saja tanpa adanya sanggahan atau tanggapan.
- b) Komunikasi tidak efektif karena komunikan tidak dapat memberikan tanggapan terhadap pesan yang disampaikan.
- c) Dapat menimbulkan kesalahpahaman dan tidak jelas, sehingga muncul prasangka yang tidak baik.

Keuntungan komunikasi satu arah ini adalah sebagai berikut :

- a) Mengefisienkan penggunaan waktu.
- b) Dalam hal tertentu memberikan kepuasan terhadap komunikator karena pihak komunikan tidak mempunyai kesempatan untuk memberikan gagasan atau tanggapan kepada komunikator terhadap informasi yang diterimanya.
- c) Komunikator merasa pesan yang disampaikan selalu benar.

2) Komunikasi Dua Arah (*Two Step Flow Communication*)

Komunikasi dua arah ini adalah pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan yang nantinya bisa terjadi tanya jawab atau *feed back* dari komunikan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sehingga komunikan tidak menjadi pasif. Kelemahan komunikasi dua arah ini adalah sebagai berikut :

- a) Waktu yang digunakan tidak efisien.
- b) Tidak cepat mendapatkan solusi karena terjadinya perdebatan yang panjang sehingga pengambilan keputusan tidak dapat diputuskan dengan cepat.
- c) Menimbulkan kericuhan sehingga suasana kerja menjadi kurang kondusif.

Kelebihan komunikasi dua arah adalah sebagai berikut :

- a) Ada dialog atau *feed back* dari komunikan sehingga komunikan tidak menjadi pasif dan bisa memberikan tanggapan terhadap informasi yang disampaikan oleh komunikator.
- b) Membuat informasi yang lebih jelas, akurat dan tepat.
- c) Memunculkan rasa kekeluargaan, keakraban dan iklim demokratis.

3) Komunikasi banyak arah (*Multi Step Flow Communication*)

Komunikasi banyak arah ini adalah komunikasi yang bisa menggunakan komunikasi satu arah maupun dua arah. Dan juga merupakan kombinasi atau pembahasan komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah.

### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan didisain menggunakan studi kasus. Metodologi kualitatif dipilih guna memperoleh pemahaman yang otentik dari pengalaman orang-orang yang berhubungan erat dengan topik penelitian.

Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan fenomenologi dan paradigma konstruktivisme dalam mengembangkan ilmu pengetahuan. Sementara ciri-ciri penelitian kualitatif yaitu mengkonstruksi realitas makna sosial budaya, meneliti interaksi peristiwa dan proses, melibatkan variabel-variabel yang kompleks, memiliki keterkaitan erat dengan konteks, melibatkan peneliti secara penuh, memiliki latar belakang alamiah, menggunakan sample purposif, menerapkan analisis induktif, mengutamakan makna dibalik realitas ( Irawan, 2006:7-12).

Sifat penelitian ini termasuk penelitian deskriptif, yaitu menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, dan realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian. Dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu ( Burhan Bungin, 2007:68).

### **D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **a. Hasil Penelitian**

Pada pemilihan kepala desa tahun ini terdapat dua kandidat calon yakni Bapak Samsuni dan Bapak Sumali. Kedua calon ini sama-sama berambisi ingin menduduki kursi kemenangan kepala desa pada periode 2015 hingga 2020. Keduanya telah menyiapkan strategi masing-masing dalam memikat hati pemilihnya. Seperti yang diungkapkan oleh kedua kandidat calon: “ Samsuni, saya rasa setiap orang yang mencalonkan diri sebagai wakil rakyat pasti sudah tau apa yang harus dipersiapkan. serta rencana kedepannya sudah dipikirkan matang-matang. Intinya mereka siap lah dengan strategi yang akan dijalankan masing-masing”.

“ Sumali, strategi dalam melakukan hal apapun itu merupakan hal utama dalam segala hal. Tanpa strategi kita tidak akan mampu menjalankan suatu tujuan yang baik. Yang kita lakukan saat ini ya saling menghormati satu sama lain lah agar tidak terjadi perang saudara. Intinya strategi mana yang baik ya itu kita jalankan”.

Strategi yang dilakukan oleh kedua kandidat calon adalah Praktik politik uang dalam memikat hati pemilih. Praktik politik uang dijalankan oleh para pelaku melalui beberapa kegiatan seperti kampanye dan serangan fajar. Namun didalam penelitian ini serangan fajar

tidak terjadi karena tim sukses dari masing-masing kandidat saling mengawasi agar tidak terjadi serangan fajar yang mampu merubah pilihan masyarakat. Tetapi praktik politik uang dalam pemilihan kepala desa ini tetap dilakukan oleh kandidat calon melalui tindakan-tindakan didalam kegiatan kampanye.

Untuk menentukan strategi kampanye yang diterapkan kepada masyarakat diawali dengan melihat potensi suara yang sekiranya diperoleh dalam pemilihan kepala desa. Sumali mengawali kegiatan politiknya dengan memetakan basis dukungan yang sekiranya diperoleh dalam pemilihan kepala desa. Pemetaan dukungan ini dilakukan untuk mencari dukungan masyarakat ketika pelaksanaan pemilihan kepala desa.

Dengan memperkirakan dukungan yang diperoleh dalam pemilu akan membantu kepala desa terpilih dan tim suksesnya untuk mengembangkan strategi yang tepat didalam mencari dukungan masyarakat. Setelah diadakan survey yang dilakukan oleh para tim sukses diperkirakan basis dukungan dari kandidat ini ada di dusun paseban, dusun krajan, dusun karang anyar dan dusun glagasan. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara peneliti dengan tim sukses dari calon kandidat sumali yaitu Sampi (37 th) pada tanggal 10 Agustus 2015 mengatakan bahwa:

*“berdasarkan hasil pengamatan dan melihat antusiasme warganya ketika ada acara yang dilakukan oleh tim kami, basis pendukung dari bapak Sumali dapat dipastikan dari keempat dusun diatas masih tetap mendukungnya. Karena keempat dusun ini sudah sangat percaya pada kepemimpinan bapak sumali sebelumnya. Bahkan masyarakat yang menyuruh bapak sumali untuk mencalonkan kepala desa berikutnya”.*

Untuk daerah yang bukan merupakan basis pendukung dari Sumali, mereka mencari dukungan dengan cara mengumpulkan massa yang dibantu oleh tim suksesnya untuk mengadakan acara-acara pengajian dan makan-makan sambil moment ini dimanfaatkan oleh Sumali untuk mempengaruhi masyarakat dan mengenalkan diri pada masyarakat.

Strategi yang dikembangkan oleh rival politiknya sebenarnya hampir sama dengan apa yang dilakukan oleh Sumali yaitu dengan memberikan beberapa sejumlah uang yang diberikan kepada masyarakat guna memenangkan pemilihan kepala desa, akan tetapi yang membedakannya adalah rival dari Sumali sangat tergantung pada saudaranya untuk membangun citra positif (pandangan masyarakat terhadap dirinya) dan mempengaruhi masyarakat dengan mengandalkan sosok saudaranya yang tidak lain adalah mantan kepala desa terpilih selama dua periode yaitu periode 2000-2005 dan periode 2005-2010. Rival dari

Sumali kurang aktif dalam menjaga massa yang telah menjadi pendukungnya, Samsuni membiarkan pendukungnya menerima uang dari rival politiknya yakni Sumali.

Pernyataan diatas diperkuat dengan pernyataan Hanafi (44th) tim sukses dari Samsuni pada tgl 12 Agustus 2015 sebagai berikut:

*“Untuk mengenalkan Samsuni kami menggunakan media uang untuk alat mempengaruhi masyarakat. Selain itu kami mengandalkan sosok dari saudara Samsuni yang pernah menjabat kapala desa dua periode sebelum Sumali untuk meraih simpati dari masyarakat”.*

Adapun tindakan kandidat calon dalam praktik politik uang kepala Desa Rowotantu dilakukan melalui pengumpulan tim sukses, kegiatan keagamaan seperti sholawatan, pengajian, serta door to dor dan silaturahmi. Seperti yang dikatakan dari kedua kandidat calon:

“ saya sebagai calon kandidat yang mencalonkan untuk kedua kalinya, tetap menggunakan cara yang dulu saya gunakan. Saya masuk kerumah-rumah warga untuk bersilaturahmi dengan mereka agar saya lebih dekat dengan mereka. Kegiatan keagamaan dan santunan anak yatim tetap saya lakukan karena itu bekal buat saya nantinya. Warung-warung juga saya datangi, ikut membaaur dengan mereka. Dan jika mereka membutuhkan sesuatu ya saya kasih, itung-itung itu sodaqoh saya. Karena tujuan saya menjadi calon kepala desa yaitu mensejahterahkan kemakmuran warga saya “ (wwcr : Bpk. SML).

“ Katakanlah saya pendatang baru di ranah politik karena saya baru menjabat sebagai cakades tahun ini. Namun satu kunci saya untuk memenangkan pemilihan ini berdoa dan berusaha. Nah strategi saya dalam pilkades ini sih silaturahmi pasti mbk. Memperkenalkan diri kalau ada acara-acara pengajian. Kalau ada warga saya yang kena musibah ya saya kasih bantuan sedikit lah sebisa saya. Pada saat pemilihan warga saya semuanya saya fasilitasi kendaraan agar mereka tidak jalan di tempat pemilihan. Peran tim sukses juga tak terlupakan bagi saya karena mereka juga membantu saya dalam pilkades ini” (wwcr : Bpk. SMN).

Hal yang serupa dikatakan oleh Sampi, sebagai tim sukses dari Sumali:

“ calon saya bekerja sama dengan tim suksesnya mencari masyarakat dan menyakinkan mereka agar mau memilih calon kepala desa jagoan saya. Dengan cara Bapak Sumali memberikan uang per kepala kisaran 50 hingga seratus ribu, karena calon ini memang royal”.

Tim sukses dari Bapak Samsuni juga mengatakan:

“ kami memang memberikan uang kepada masyarakat tapi tak sebesar lawan politik kita, karena memang calon ini dari keluarga yang sangat sederhana. Dan beliaupun mencalonkan diri karena bantuan dari saudaranya yang pernah menjabat sebagai kepala desa sebelumnya. Ya bondo nekat istilahnya”.

Masyarakat berpendapat bahwa:

“ awalnya si calon ya silaturrahim mbk, beliau minta doanya agar terpilih dalam pilkades nanti. Pas waktu pulang beliau ngasih uang kepada saya katanya sih sodaqoh. Lain lagi dengan tetangga saya mbk, mereka dibagi-bagiin uang sama tim suksesnya agar mereka mimilih kandidat tersebut”. (wwcr : BNK).

Lain halnya dengan ibu YL: “ Saya hanya masyarakat biasa mbk dan bukan termasuk tim sukses dari si kandidat. Namun pada saat itu ketua muslimat di desa ini datang kerumah saya, beliau meminta tolong kepada saya untuk membagikan uang kepada masyarakat agar mereka mau memilih si kandidat. Ya namanya saya bawahannya bapak tadi, ya saya manut. Itu kan sama halnya dengan amanah mbk”.(wwcr: YL).

Pada setiap tindakan didalam kampanye diatas, praktik politik uang selalu terjadi karena pada intinya didalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh para pelaku terdapat tindakan praktik politik uang. Bentuk politik uang ini dibagikan melalui perantara tim sukses dengan caranya masing. Potongan hasil wawancara dari informan Bapak Sugeng selaku masyarakat:

“ Yang membagi-bagikan uang pada saat kampanye baik dirumah warga ataupun ditempat lain itu adalah kandidat calon kepala desa itu sendiri dan tim suksesnya yang merupakan suruhan dari calon kepala desanya”.

Kemudian dari segi nominal ataupun jumlah barang yang dibagikan oleh masing-masing calon kepala desa juga tidak sama. Dari hasil penelitian diperoleh data bahwa jumlah nominal uang tunai yang dibagikan oleh kandidat nomor satu (Samsuni) berjumlah 25-50 ribu sedangkan jumlah nominal dari kandidat nomor dua (Sumali) berjumlah 50-100 ribu. Seperti yang di ungkapkan Sulis:

“ Antara kedua calon kepala desa memang lebih besar pemberian dari kandidat calon nomor dua. Mulai dulu memang seperti itu karena ini merupakan salah satu taktik mereka agar masyarakat lebih memilih dirinya dengan imbalan yang lebih besar”.

Uang merupakan faktor urgen yang berguna untuk mendongkrak kharisma personal seseorang sekaligus untuk mengendalikan wacana strategis terkait dengan sebuah kepentingan politik dan kekuasaan. Karena pada dasarnya politik adalah seni. Dimana seseorang leluasa mempengaruhi dan memaksakan kepentingan pribadi dan kelompoknya pada pihak lain melalui berbagai sarana termasuk uang (Nugroho, 2001:95). Dalam banyak masyarakat, tidak terkecuali masyarakat religius, uang memang diakui sebagai senjata politik ampuh yang sangat strategis untuk menaklukkan kekuasaan. Karena pada dasarnya uang merupakan saudara kembar kekuasaan ( Umam, 2006:24).

Hugh Dalziel Duncan (1997:13) menyatakan bahwa barang siapa memiliki uang satu sen, maka ia berdaulat atas seluruh manusia. *But money is symbolic* kata

Herbert E Alexander (1980:2-3). Dalam kompetisi politik yang ketat, uang berperan hanya sebatas instrument. Peran pentingnya adalah bagaimana uang digunakan orang-orang tertentu untuk mencoba mendapat pengaruh, ditukar atau dikombinasikan dengan bentuk sumber daya yang lain guna merai kekuasaan politik. Sementara Hermawan Sulistiyo (2000) justru menangkap fakta ironi dibalik kultur politik Indonesia. Dimana kekuasaan politik di Negeri ini justru lebih difungsikan sebagai alat untuk menghasilkan uang sebagai upaya pengembalian modal politik dan pencarian laba kekuasaan.

Proses interaksi antara kandidat calon kepala desa dengan masyarakat yang merupakan salah satu strategi yang dilakukannya terjadi komunikasi dua arah (*two step flow communication*) karena pada proses penyampaian maksud dan tujuannya bersilaturahmi ada dialog atau *feed back* dari komunikator sehingga komunikasi tidak menjadi pasif dan bisa memberikan tanggapan terhadap informasi yang disampaikan oleh komunikator.

Strategi komunikasi para cakades dalam mempengaruhi massa dikatakan cukup berhasil. Karena penetapan kode atau simbol (*encoding*) dan penggunaan bahasa (*decoding*) digunakan secara jelas sehingga pesan tersampaikan dengan jelas dan dapat diterima serta dipahami dengan baik oleh komunikasi. Dalam hal ini komunikator menggunakan gaya bahasa yang cocok dengan komunikasi.

“ Kami menggunakan bahasa Indonesia. Tapi juga tidak menutup kemungkinan kami menggunakan bahasa Jawa yang memang bahasa keseharian masyarakat Desa Rowotamtu”.

Laswell menyebutkan bahwa tujuan dan fungsi komunikasi tidak akan berjalan atau tidak akan terjadi sebuah komunikasi yang efektif, jika unsur-unsur komunikasi tidak terpenuhi. Dimana salah satu unsur komunikasi ialah saluran (*channel*) atau media. Dalam hal ini Sumali, cakades nomor urut 2 mengatakan:

“ media yang kami gunakan adalah uang. Karena menurut kami itu yang sangat efektif bagi masyarakat melihat kondisi masyarakat yang serba krismon seperti saat ini”.

Samsuni, calon kepala desa nomor urut 1 mengatakan:

“ media yang kami gunakan adalah uang. Karena uang yang bisa membantu masyarakat dalam berbagai hal.

Hasil yang dilakukan para calon kepala desa untuk mempengaruhi massa cukup berhasil seperti yang diungkapkan Sono (timses):

“ Menurut saya strategi yang digunakan kedua calon kepala desa cukup berhasil karena massa atau pemilih sudah memilih sesuai pilihan mereka masing-masing”.

**b. Pembahasan**

Money politik disini merupakan media utama bagi para kedua kandidat calon yang maju dalam proses pemilihan kepala desa. Tak heran jika uang dijadikan alat utama dalam mempengaruhi masyarakat.

Praktik yang dilakukan oleh kedua kandidat calon kepala desa di Desa Rowotamtu adalah dengan cara membagi bagikan uang kepada masyarakat, guna untuk mempengaruhi masyarakat agar mau memilih nantinya. Proses bagi-bagi uang dilakukan oleh kandidat calon dan tim suksesnya kepada masyarakat dengan caranya masing-masing. Calon kandidat pertama (Samsuni) melakukannya dengan cara bantuan tim suksesnya, dan Samsuni hanya ke beberapa warga saja. Hal itu dilakukan bukan karena dia malas atau apa, tetapi karena memang dia lebih memfokuskan ke orang-orang yang terpandang saja di masyarakatnya. Sedangkan calon kandidat kepala desa kedua (Sumali), dia sangat berperan aktif dalam hal ini. Mulai dari *door to door*, bahkan acara-acara keagamaan pun selalu diikutinya. Cara ini digunakan agar kandidat calon ini tidak putus komunikasi dan silaturahmi tetap terjaga. Selain itu pamor dia sebagai kandidat calon kepala desa bisa lebih dipandang dari pada lawan politiknya.

Tim sukses dan Sumali dalam membangun citra positif adalah dengan cara menunjukkan sikap yang ramah terhadap semua masyarakat, serta akan menciptakan visi yang akan dijalankan ketika terpilih menjadi kepala desa nanti dengan melihat potensi dan kebutuhan masyarakat Desa Rowotamtu. Visi yang dibawa oleh Sumali dan tim suksesnya yaitu “MENGUBAH DESA AGAR LEBIH MAJU, AMAN, TRANSPARAN” dan mensosialisasikan visi tersebut kepada masyarakat dengan cara mendatangi rumah masyarakat yang menjadi targetnya terutama masyarakat yang masih mengambang dan beliau bersifat ramah dan sopan didalam mengenalkan dirinya serta visi misi yang akan diusung dalam pemilihan kepala desa nanti, selain itu ada pemberian berupa uang yang diberikan kepada masyarakat.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh kandidat calon dalam memengaruhi masyarakat, dengan langkah awal menjelaskan maksud dan tujuannya dengan bantuan uang sebagai medianya dan metode yang digunakan, baik itu metode ceramah dan praktik. Disini terjadi komunikasi dua arah dimana komunikator yakni calon kandidat kepala desa menjelaskan maksud dari pemberian itu, yang kemudian pesan itu akan diterima oleh komunikannya. Dalam proses ini terjadi dialog atau *feed back* dari komunikan kepada komunikator. Sehingga komunikan tidak menjadi pasif dan bisa memberikan tanggapan terhadap informasi yang disampaikan oleh komunikator.

Dalam strategi komunikasi untuk mempengaruhi masyarakat dalam pemilihan Kepala Desa, dalam hal ini menggunakan model komunikasi Laswell yaitu sumber (*who*) merangsang pertanyaan mengenai pengendalian pesan, dimana para cakades adalah sebagai komunikatornya. Unsur (*says what*) merupakan bahan untuk

analisis isi. Untuk saluran komunikasi (*in which channel*), para cakades menggunakan uang sebagai media untuk menarik simpati masyarakat. Sedangkan unsur penerima (*to whom*) dikaitkan dengan analisis khalayak. Khalayak disini adalah masyarakat Desa Rowotamtu. Sementara unsur pengaruh (*with what effect*) ialah masyarakat bisa memenuhi kebutuhan mereka. Dibawah ini adalah gambaran strategi komunikasi yang dilakukan oleh para cakades dengan pengaplikasian model komunikasi Harold Laswell.

Unsur	Keterangan
Sumber ( <i>Who</i> )	Sumber atau komunikator dalam praktik politik uang ( <i>money politik</i> ) yang dilakukan oleh para cakades.
Pesan ( <i>Says What</i> )	Merupakan bahan untuk analisis isi. Dalam hal ini pemberian materi atau pesan apa yang disampaikan oleh komunikator.  Pesan yang disampaikan adalah meminta dukungan kepada masyarakat dengan cara iming-iming suatu imbalan tertentu.
Media ( <i>In Which Channel</i> )	Para cakades menggunakan uang sebagai media sebaga alat untuk mempengaruhi masyarakat atau pemilih.
Penerima ( <i>To Whom</i> )	Masyarakat Desa Rowotamtu sebagai komunikan atau penerima pesan.
Hasil atau Pengaruh ( <i>Whit What Effect</i> )	Masyarakat dapat menggunakannya untuk memenuhi semua kebutuhannya.

Dari semua penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi komuniaksi yang dilakukan para cakades cukup berhasil dan efisien. Dimana strategi yang

digunakan oleh para calon kandidat berhasil mempengaruhi masyarakat sekitar. Dan proses komunikasi para cakades dalam mempengaruhi komunikan ialah efektif. Mengapa dikatakan efektif, karena semua unsur komunikasi sudah tertuang didalamnya. Tinggal menunggu hasil akhir dari proses pemilihan kepala desa.

#### **E. PENUTUP**

Dari berbagai data dan fakta yang sudah diperoleh dari lapangan dan dikonfirmasi dengan teori-teori yang menjadi acuan peneliti, dengan demikian dapat diperoleh kesimpulan mengenai hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah Praktik politik yang digunakan oleh kedua kandidat calon adalah menggunakan *money politik* sebagai alat mempengaruhi khalayak. Tim sukses dari kandidat calon yang pertama lebih berperan aktif dalam mempengaruhi masyarakat. Sedangkan kandidat calon yang kedua, dirinyalah yang berperan aktif dalam mempengaruhi masyarakat. Kandidat calon yang pertama adalah mengerahkan semua tim sukses untuk mencari masyarakat yang mau memilih dirinya dengan membagikan sejumlah uang sebagai imbalannya. Sedangkan kandidat calon yang kedua lebih memperkenalkan dirinya dengan cara bersilaturahmi kerumah-rumah warga serta mengikuti acara keagamaan yang didalamnya terjadi proses pemberian uang juga agar mereka mau memilih dirinya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Antulian, Rifa'i. DR. S.H, M.Hum. 2004. *Politik uang jalan pemilihan kepala daerah*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi politik*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Asep, Saeful Muhtadi. 2008. *Komunikasi politik indonesia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Cangara, Hafied. 2009. *Konunikasi politik: konsep, teori, dan strategi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Dan, Nimmo. 2000. *Komunikasi politik: komunikator, pesan, dan media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta: Pustaka.
- Drs. Jalaluddin Rakhmat, M.SC. , *Metode Penelitian Komunikasi*(Bandung:Penerbit PT. Remaja Rosdakarya) 2000, 83.
- Gatara, Sahid. 2008. *Ilmu politik memahami dan menerapkan*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Giddens, Anthony. (1993). *Metode sosiologi: Kaidah-kaidah baru*. Diterjemahkan oleh Eka Nugraha dan Wahmuji (2010). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Harrison, Lisa. 2000. *Metodologi penelitian politik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Hidayat, Komaruddin dan Ignas Kleden. 2004. *Pergulatan Partai Politik di Indonesia*. Jakarta: PT. Rajawali Perss.

- H, Mundir. 2013. *Metodologi penelitian kualitatif & kuantitatif*. Jember: STAIN Jember Press.
- Huberman & Miles. 1992. *Analisis data kualitatif buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta: UI Press.
- Indra Ismawan, 1999, *Money Politics Pengaruh Uang Dalam Pemilu*, Yogyakarta, Penerbit Media Presindo.
- Juliansyah, Elvi. 2007. *PILKADA: Penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah*. Bandung: Mandar Maju.
- J. Moleong, Lexy. 1990. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- L. Sumartini, S.H, 2004, *Money Politics dalam Pemilu*, Jakarta Badan Kehakiman Hukum Nasional Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia.
- Mirriam, Budiarjo. 1983. *Dasar-dasar politik*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Ngabiyanto, dkk. 2006. *Bunga rampai politik dan hukum*. Semarang: Rumah Indonesia.
- Nursal, Adman. 2004. *Political marketing strategi memenangkan pemilu sebuah pendekatan baru kampanye pemilihan DPR, DPR, Presiden*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Pito T.A. 2005. *Mengenal Teori-Teori Politik dari Sistem Politik Sampai Korupsi*. Bandung: Nusa Indah.
- Suprihatini, Amin. 2008. *Pemilu dari masa ke masa*. Jawa Tengah: Cempaka Putih.
- STAIN Jember. 2014. *Pedoman penulisan karya ilmiah*. Jember: STAIN Jember Press.
- Syafiee, Innu Kencana. Drs. 1993. *Sistem Pemerintahan Indonesia (MKDU)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

**Online :**

<http://brendafauziyah.blog.spot.com/2012/12/komunikasiverbal-dan-nonverbal>.

<http://mudjiarahardjo.com/2015/09/materi-kuliah/270/politik.html>

<https://ruhচিত্রা.wordpress.com/2008/11/21/pengertian-politik/>

Dalam makalah ilmiah yang ditulis oleh Wahyudi Kumorotomo yang berjudul “Intervensi Parpol, Politik Uang dan Korupsi” tahun 2009  
Undang-undang Nomor 72 tahun 2005 tentang pemerintah Desa  
Undang-undang nomor 5 Tahun 1979 Tentang Pemerintahan Desa