

**MOTIF MASYARAKAT MENERIMA *MONEY POLITIK* DALAM MEMILIH
CALON KEPALA DESA****(Studi Kasus Pemilihan Kepala Desa Di Desa Rowotamtu
Kec. Rambipuji Kab. Jember)**

Oleh:

Nova Saha Fasadena*Universitas Islam Negeri KH. Ahmad Shidiq Jember, Jawa Timur, Indonesia*Novahiday@gmail.com**A. 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 apa motif masyarakat Desa Rowotamtu menerima money politik pada pemilihan calon 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 Motif yang mendasari masyarakat mau menerima politik uang dari para kandidat calon kepala desa atas dasar kebutuhan yang sangat kompleks dalam kehidupannya. Sehingga fenomena ini tetap menjadi hal yang terus menerus dilakukan.

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 pemenangan 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 pemenangan.

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).

Sedangkan pada buku Ilmu Komunikasi karangan Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D., membahas empat fungsi komunikasi yang berdasar pada kerangka yang dikemukakan oleh William I. Gorden. Keempat fungsi tersebut, yakni (Dedy, 2011:5) :

1. Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep-konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. Karena melalui komunikasi kita bekerja

sama dengan anggota masyarakat. Alfred Korzybski menyatakan bahwa kemampuan manusia berkomunikasi menjadikan mereka “pengikat waktu” (*time – binder*). Pengikat waktu merujuk pada kemampuan manusia untuk mewariskan pengetahuan dari generasi ke generasi dan dari budaya ke budaya. Dan menurutnya, pengikatan waktu ini jelas merupakan karakteristik yang membedakan manusia dengan bentuk lain kehidupan. Dengan kemampuan tersebut, manusia mampu mengendalikan dan mengubah lingkungan mereka.

2. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan nonverbal. Contohnya, perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun terutama lewat perilaku nonverbal. Contoh nyata, seorang ibu menunjukkan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya.

3. Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering juga bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang. Contoh yang paling sederhana, misalnya seorang anak mengatakan, “Bu, Pak, saya pergi,” sebelum ia pergi kuliah, sambil menyalami atau mencium tangan orang tuanya.

4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasive dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak diketahui. Misal, ketika seorang dosen menyatakan bahwa ruang kuliah kotor, pernyataannya dapat membujuk mahasiswa untuk membersihkan ruang kuliah tersebut. Bahkan komunikasi yang menghibur (*to entertain*) pun secara tidak langsung membujuk khalayak untuk melupakan persoalan hidup mereka.

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

Motif berasal dari bahasa latin *movere* yang berarti bergerak atau to move. Motif diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong seseorang untuk berbuat atau *driving force*. Oleh karena itu motif merupakan dorongan dalam diri manusia yang timbul dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi (Anthoni Giddes, 1993:89). Ada beberapa kriteria motif yang timbul pada diri manusia ketika berkomunikasi diantaranya :

- a. Motif informatif yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan hasrat untuk memenuhi kebutuhan akan ilmu pengetahuan.
- b. Motif hiburan yaitu hal-hal yang berkenaan untuk mendapatkan rasa senang.
- c. Motif integrasi personal yaitu motif yang timbul akibat keinginan untuk memperteguh status, kredibilitas, rasa percaya diri, dll.
- d. Motif integratif sosial dimaksudkan untuk memperteguh kontak sosial dengan cara berinteraksi dengan keluarga, teman, dan orang lain.
- e. Motif pelarian merupakan motif pelepasan diri dari rutinitas, rasa bosan, atau ketika sedang sendiri.

Dari hasil wawancara dengan informan, yang menjadi motif bagi kalangan masyarakat adalah kebutuhan yang menjadi alasan mereka harus menerima uang tersebut.

“ iya saya menerimanya, karena uang itu bisa buat tambah-tambah kebutuhan belanja rumah tangga. Toh suami saya hanya seorang buruh, dan anak saya semuanya sekolah, butuh biaya banyak mbk. Kalau dikasih gini kan uang dari suami saya bisa saya buat untuk biaya anak saya sekolah. Lumayan lah mbk uang segitu”. (Wawancara dengan Sulis).

Hal senada juga dikatakan oleh Indra yakni masyarakat yang hanya bekerja sebagai buruh bangunan.

“ lumayan mbk uang segitu. Saya kerja sehari belum tentu dapat segitu, nah ini tidak kerja di kasih uang. Hitung-hitung biaya ganti rugi gak masuk kerja mbk. Toh nanti uangnya juga buat kebutuhan saya”.

Kebutuhan memang sangat kompleks dalam kidupan masyarakat. Namun itu semua juga tergantung dari kemauan masyarakat itu sendiri dalam menyikapinya. Jika kemauan dalam diri bisa diatasi, maka orang tersebut akan terhindar dari maraknya praktik money politik. Seperti yang dikatakan Bu Benik:

“ jika kita bisa menahan diri kita sendiri dari fenomena ini yang sudah menjamur dikalangan masyarakat baik dari tingkat pusat hingga desa, maka kita tida akan terjerumus didalamnya. Saya lebih memilih menolak dari pada menerima, karena kalau menerima tanggungjawabkan akan lebih besar di ahirat nantinya”.

Begitupun dengan Sono yang menolak pemberian dari para calon kepala desa, dia mengatakan:

“ saya gak butuh uang mbk, tapi butuh hal yang nyata. Iya sekarang mereka membagi-bagikan uang secara gratis, tapi setelah jadi pasti uang rakyat yang diporotin. Itu yang saya gak suka demokrasi sepeti ini, banyak tong kosongnya”.

Lain halnya dengan masyarakat yang memang suka pada saat pesta demokrasi berlangsung. Karena mereka juga ikut merasakan dan menyaksikan secara langsung pesta demokrasi secara jelas. Disisi lain proses bagi-bagi uang juga menjadi hal utama yang ditunggu sebagian masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono:

“ saat pesta demokrasi berlangsung, para kandidat calonlah yang membutuhkan kita. Bukan kita yang membutuhkan mereka. Karena masyarakat sangat berpengaruh besar terhadap kemenangan para calon-calon yang maju dalam proses pemilihan ini. Tak heran jika masyarakat meminta lebih kepada para kandidat calon”.

Uang dan janji merupakan sumber kekuatan politik yang bermanfaat untuk mengatasi beberapa titik-titik kritis dalam tindakan politik. Kekuatan uang dapat disejajarkan dengan kekuatan dalam memperkuat strategi politik simpati (*political sympathy*) yang cukup efektif. Bantuan politisi merupakan bagian dari investasi politik jangka panjang yang ditanam para pemilik kepentingan dalam ladang subur bernama masyarakat. Dikatakan investasi karena keuntungan dari penanam modal tersebut umumnya tidak dapat dirasakan seketika pasca penanaman, melainkan jauh setelah penanaman berlangsung. Ikatan emotif yang dimunculkan oleh bantuan mampu

menciptakan ruang-ruang kepatuhan dalam diri penerima. Investasi tersebut akan dipanen pada saat menjelang even-even politik. (Ibid, 2010:73)

Asumsi atas realita tersebut dapat diperkuat melalui kerangka teoritik dalam sistem pertukaran sosial. Parsudi Suparlan (1992) menuturkan bahwa sejatinya tidak ada pemberian yang sifatnya cuma-cuma. Karena segala bentuk pemberian pada dasarnya akan selalu diikuti dengan sesuatu pemberian berupa imbalan dalam bentuk yang beragam. Karena itu, yang terjadi bukanlah sebatas pemberian dari seseorang kepada orang lain melainkan suatu sistem tukar menukar pemberian yang dilakukan oleh dua orang atau kelompok yang saling memberi, dimana pihak penerima akan berusaha mengimbangnya. Disinilah terjadi transaksi mutualisme yang berlaku diantara kedua belah pihak. Demikian halnya dengan teori pertukaran yang dirumuskan dalam kajian sosiologinya Peter Blaw, sebagaimana yang dikutip oleh Judistira Garna (2001:27) bahwa tingkah laku individu (*individualmaction*) itu dipaksa oleh perolehan imbalan, tetapi proses psikologi untuk memantapkan tindakan tidak cukup menguraikan wujud relasi pertukaran. Konsep psikologi tersebut adalah rasa saling terkait sebagaimana tersirat diantara para individu dan keinginan mereka pada berbagai bentuk imbalan.

b. Pembahasan

Uang dan janji merupakan sumber kekuatan politik yang bermanfaat untuk mengatasi beberapa titik-titik kritis dalam tindakan politik. Kekuatan uang dapat disejajarkan dengan kekuatan dalam memperkuat strategi politik simpati (*political sympathy*) yang cukup efektif. Bantuan politisi merupakan bagian dari investasi politik jangka panjang yang ditanam para pemilik kepentingan dalam ladang subur bernama masyarakat. Dikatakan investasi karena keuntungan dari penanam modal tersebut umumnya tidak dapat dirasakan seketika pasca penanaman, melainkan jauh setelah penanaman berlangsung.

Asumsi atas realita tersebut dapat diperkuat melalui kerangka teoritik dalam sistem pertukaran sosial. Parsudi Suparlan (1992) menuturkan bahwa sejatinya tidak ada pemberian yang sifatnya cuma-cuma. Karena segala bentuk pemberian pada dasarnya akan selalu diikuti dengan sesuatu pemberian berupa imbalan dalam bentuk yang beragam. Karena itu, yang terjadi bukanlah sebatas pemberian dari seseorang kepada orang lain melainkan suatu sistem tukar menukar pemberian yang dilakukan oleh dua orang atau kelompok yang saling memberi, dimana pihak penerima akan berusaha mengimbangnya. Disinilah terjadi transaksi mutualisme yang berlaku diantara kedua belah pihak. Tingkah laku individu itu dipaksa oleh perolehan imbalan, tetapi proses psikologi untuk memantapkan tindakan tidak cukup menguraikan wujud relasi pertukaran. Konsep psikologi tersebut adalah rasa saling terkait sebagaimana tersirat diantara para individu dan keinginan mereka pada berbagai bentuk imbalan.

Proses komunikasi yang berlangsung antara komunikator dan komunikan disini munculah sebuah motif atau keinginan masyarakat dalam menerima pemberian uang tersebut. Motif tersebut muncul didasari karena faktor kebutuhan serta biaya ganti rugi bagi masyarakat yang meninggalkan pekerjaannya demi mengikuti 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 Motif masyarakat didasari karena adanya kebutuhan yang sangat kompleks dalam kehidupan masyarakat sehingga mereka mau menerima pemberian dari para kandidat calon kepala desa.

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.
- Hubermen & 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://mudjarahardjo.com/2015/09/materi-kuliah/270/politik.html>

<https://ruhcitra.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