

**STRATEGI POLITIK ANDRISMAN DALAM PEMILIHAN KEPALA  
DESA DI DESA TEBING TINGGI KECAMATAN BENAI KABUPATEN  
KUANTAN SINGINGI TAHUN 2019**

**Oleh: Irda Desbanita**

Email: [desbanitairda2020@gmail.com](mailto:desbanitairda2020@gmail.com)

**Dosen pembimbing: Drs. Raja Muhammad Amin, M. Si**

Jurusan Ilmu Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

***Abstrak***

Headman election is the exercise of people's sovereignty in the village in order to elect a headman who is direct, general, free, confidential, and fair. The headman election in Kuantan Singingi Regency was held on Wednesday, September 11, 2019, which was attended by 94 villages in 15 Districts, in Benai District there were 5 villages that will participate in the headman election, namely Banjar Lopak village, Tebing Tinggi, Banjar Benai, Pulau Ingu and Simandolak village. The number of Permanent Voters List (DPT) in Tebing Tinggi village is 1,212 people, consisting of 578 men and 634 women. Andrisman managed to collect the most votes, namely 412 votes. Andrisman is an entrepreneur who is running for the first time as headman. Andrisman and his success team have a work program and excellent vision and mission that led him to win to become headman. Andrisman has 2 organizational experiences, namely as chairman of the Tebing Tinggi village line in 2013-2018 and youth leader of Tebing Tinggi village in 2013-2017. With this social capital he is able to be known, mingle, and captivate the hearts of the community.

This study seeks to answer the researcher's question, namely how Andrisman's political strategy in the headman election in Tebing Tinggi Village in 2019. This research also aims to describe Andrisman's winning strategy in the village head election in Tebing Tinggi village in 2019. This type of research used by the author in this study is descriptive. Data collection techniques are interviews, literature study and documentation. The data analysis technique in this study was carried out qualitatively.

The results of the study explained that Andrisman's political strategy in winning the headman election in Tebing Tinggi village was political marketing consisting of 4P of marketing mix, namely Product, Promotion, Place (placement), Price (cost). Political marketing is carried out by campaigning or socializing Andrisman along with his vision and mission and community work programs by visiting residents' houses, campaigning to mosques or surau, visiting farmer and livestock groups.

***Keywords:*** *Political Strategy, Political Marketing, Political Campaign.*

## PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Desa atau sering disebut Pilkades bukan hal yang tabu lagi dalam kehidupan di desa. Pemilihan Kepala Desa dilaksanakan sebagai wujud dari demokrasi, untuk memberikan kesempatan kepada rakyat dalam menyalurkan aspirasi atau hak yang diberikan kepada setiap warga Indonesia. Sebagai sarana demokrasi, Pemilihan Kepala Desa akan memberikan keseimbangan dalam suprastruktur politik yang ada di desa. Melalui pemilihan langsung rakyat dapat menentukan jalannya pemerintahan dan memilih pemimpin yang dikehendaki secara bebas dan rahasia.

Sejak Kabupaten Kuantan Singingi berdiri pada tahun 1999 pemilihan kepala desa secara serentak tahun 2019 merupakan yang ke tiga kalinya diselenggarakan di Kabupaten Kuantan Singingi setelah tahun 2015 dan 2017. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 tentang Desa Pasal 31 Ayat 1, menyebutkan bahwa "*Pemilihan Kepala Desa dilaksanakan secara serentak di seluruh wilayah Kabupaten/Kota*".

Desa Tebing Tinggi adalah desa Hasil Pemekaran dari sebuah Kenegerian yang bernama Kenegerian Simandolak yang terdiri dari 5 Desa pada tahun 1979 yang terdiri dari Desa Tebing Tinggi, Desa Pulau Lancang, Desa Koto Simandolak, Desa Pulau Ingu dan Desa Tanjung. Pelaksanaan pemilihan kepala desa serentak di Kabupaten Kuantan Singingi telah digelar pada hari Rabu tanggal 11 September 2019 yang diikuti oleh 94 desa di 15 Kecamatan yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi.

Dikecamatan Benai terdapat 5 desa yang akan mengikuti pemilihan kepala desa, yaitu desa Banjar Lopak, Tebing Tinggi, Banjar Benai, Pulau Ingu dan Simandolak. Sesuai Daftar Pemilih Tetap (DPT), ada sebanyak 84.222 pemilih akan ikut mencoblos pada Pemilihan kepala desa (Pilkades) serentak di Kabupaten Kuantan Singingi, sedangkan didesa Tebing Tinggi, jumlah DPT adalah 1.212 orang yang terdiri dari 578 laki-laki dan 634 perempuan.

Pada pemilihan kepala serentak tahun ini terdapat 5 calon yang akan bertarung untuk mendapatkan kedudukan sebagai kepala desa, 5 calon tersebut adalah:

**Tabel 1.3 Daftar Nomor Urut dan Nama ke 5 (Lima) Calon Kepala Desa Tebing Tinggi Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2019.**

Nomor Urut	Nama Calon Kepala Desa
1	Hendri Eka Putra
2	Andrisman
3	Yohanes Yusuf
4	Handayani
5	Harmadi

*Sumber: Olahan Penulis tahun 2019.*

Andrisman merupakan seorang Wiraswasta yang baru pertama kali mencalonkan diri sebagai kepala desa. Andrisman dan tim suksesnya menawarkan program kerja dan visi misi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, kemudian juga Andrisman mempunyai 2 pengalaman organisasi yaitu sebagai ketua jalur desa Tebing Tinggi tahun 2013-2018 dan ketua pemuda desa Tebing Tinggi tahun 2013- 2017. Dengan visi misi dan program kerjanya serta citranya di desa ia mampu dikenal, berbaur, dan

memikat hati masyarakat yang kemudian ia mampu memenangkan pemilihan kepala desa tahun 2019.

Harmadi merupakan seorang *incumbent*. Harmadi menjabat pada tahun 2013 – 2018. Ia mencoba mencalonkan diri kembali pada pemilihan kepala desa tahun 2019, tetapi sayangnya kalah karena perolehan suara yang ia peroleh jauh di bawah Andrisman. Hendri Eka putra merupakan mantan kepala desa Tebing Tinggi, ia menjabat pada tahun 2006-2012. Begitu juga dengan Yohanes Yusuf, ia juga pernah memimpin di desa Tebing Tinggi pada tahun 2001-2006, dan Handayani calon kepala desa nomor urut 5 bekerja sebagai Petani atau pekebun yang memiliki latar belakang pendidikan Diploma III Fakultas Pertanian Non Gelar Teknologi Tahun 1993.

Pada pemilihan tahun 2019 Andrisman berhasil merebut suara terbanyak yang dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 1.5 Hasil Perolehan Rekapitulasi Suara Calon Kepala Desa di Desa Tebing Tinggi Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2019.**

No	Nama Calon Kepala Desa	Jumlah Perolehan Suara	Persentase (%)
1.	Hendri Eka Putra	35	3,60
2.	Andrisman	412	42,30
3.	Yohanis Yusuf	231	23,71
4.	Handayan	69	7,08
5.	Harmadi	221	22,69
<b>Jumlah Suara Sah Seluruh Calon</b>		<b>968</b>	–
<b>Jumlah Suara Tidak Sah</b>		<b>6</b>	–
<b>Jumlah Seluruh Suara Sah Dan Tidak Sah</b>		<b>974</b>	<b>99,39</b>

*Sumber: Kantor Kepala Desa Tebing Tinggi Tahun 2019*

Untuk memenangkan Pilkades tersebut sangat diperlukan tim sukses, yang mana sebuah kegiatan pemasaran politik sedapat mungkin diawali dengan kegiatan pembentukan tim kerja yang biasa disebut “tim sukses”. Tim sukses direkrut dari tenaga-tenaga potensial sesuai tugas dan fungsinya<sup>1</sup>. Maka untuk memenangkan Pemilihan Kepala Desa sangat diperlukan strategi, strategi awal Andrisman adalah dengan membentuk Tim Sukses atau tim pemenangan yang sangat solid, kompak dan jelas. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Andrisman dan Ketua tim sukses yaitu Nopris Andika Putra, S.sos tim sukses Andrisman terdiri dari 30 orang, yang dapat membantunya menyampaikan atau mengkampanyekan visi misi unggulannya. Dikatakan oleh Nopris Andika Putra selaku ketua tim pemenangan atau ketua tim sukses, sebagaimana diketahui bahwa desa Tebing Tinggi ini memiliki lima dusun.

Dari kelima dusun ini, disetiap-tiap dusunnya lagi mempunyai ketua tim sukses yang mampu membantunya untuk mencari suara. Andrisman mampu menang di 3 dusun yaitu dusun Sagiran (90 suara), dusun Harapan (170 suara) dan dusun Jirak (80 suara) yang jika di akumulasikan menjadi 340 suara, dan Andrisman menang dengan 412 suara. Mereka memusatkan strateginya ke seluruh lapisan masyarakat tak terkecuali pemuda desa, kelompok-kelompok tani dan ternak. Karena Andrisman sendiri

<sup>1</sup> Cangara, Hafied, *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hal 239.

dulunya merupakan orang yang aktif dalam organisasi, ia pun banyak sekali mendapat dukungan dari kalangan tokoh masyarakat seperti tokoh agama (ustad), tokoh pemuda, tokoh perempuan dan tokoh adat.

Mereka melakukan kampanye dengan cara melakukan kunjungan kerumah-rumah warga, kemesjid atau surau-surau disetiap dusunnya, dan tak jarang mereka mensosialisasikan diri atau mengajak warga diwarung atau kedai-kedai kopi yang mana disitu banyak warga berkumpul. Andrisman dan tim suksesnya melakukan kampanye dimulai sejak bulan Juni tahun 2019, mereka melakukan kampanye kurang lebih selama 4 bulan lamanya. Andrisman dan tim merupakan yang paling lama melakukan kampanye agar hasilnya semaksimal mungkin.

## **RUMUSAN MASALAH**

Sebagaimana dijelaskan masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah: Bagaimana strategi politik Andrisman dalam pemilihan Kepala Desa di Desa Tebing Tinggi tahun 2019?

## **TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mendeskripsikan strategi pemenangan Andrisman dalam pemilihan kepala desa di desa Tebing Tinggi.

## **KERANGKA TEORI**

### **a. Strategi Politik**

Strategi menurut Ramlan Surbakti adalah ilmu tentang teknik dan taktik cara atau kiat untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Politik adalah interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam rangka proses pembuatan dan

pelaksanaan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama yang tinggal dalam wilayah tertentu<sup>2</sup>. Sedangkan menurut Firmanzah strategi politik adalah suatu pendekatan komunikasi politik perlu dilakukan oleh para kontestan atau bakal calon untuk dapat memenangkan pemilu. Para kontestan atau bakal calon perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, massa mengambang dan pendukung kontestan atau bakal calon yang lainnya. Identifikasi ini dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pemilihan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing pemilih. Strategi perlu dipikirkan oleh setiap kandidat karena pesaing atau lawan juga secara *intrens* melakukan upaya-upaya untuk memenangkan persaingan politik. Dipihak lain, kedekatan ideologis juga menjadi sebuah kekuatan untuk menarik pemilih kedalam bilik suara dan mencoblos kontestan yang mempunyai ideologi yang sama<sup>3</sup>.

### **b. Marketing Politik**

Sedangkan menurut Firmanzah, salah satu model pendekatan yang relatif baru dalam menjawab fenomena sistem pemilihan langsung (Pileg, Pilpres dan Pilkadaes) adalah pendekatan marketing politik. Dengan menerapkan marketing politik, maka

---

<sup>2</sup> Surbakti, Ramlan, *Memahami Ilmu Politik*, (Jakarta: PT. Grasindo, 1992).

<sup>3</sup> Firmanzah, *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia 2018), Hal 109.

kampanye yang dilakukan oleh kandidat akan lebih berbobot dengan mempromosikan apasaja ide, gagasan dan program kerja yang telah dirancang. Program kerja merupakan perwujudan nyata dari usaha penyelesaian permasalahan yang ada ditengah masyarakat. Sehingga masyarakat sebagai pemilih dapat melihat bagaimana kapasitas sesungguhnya yang dimiliki oleh kandidat. *Marketing* politik merupakan pendekatan yang efektif untuk bisa membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat sebagai pemilih. Dalam proses *Marketing* politik, digunakan penerapan 4P bauran *marketing*, yaitu :

1. Produk (*Product*) berarti partai, kandidat dan gagasan-gagasan partai yang akan disampaikan konstituen. Produk ini berisi konsep, identitas ideologi. Baik dimasa lalu maupun sekarang yang berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik.
2. Promosi (*Promotion*) adalah upaya periklanan, kehumasan dan promosi untuk sebuah partai yang di mix sedemikian rupa sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, pemilihan media perlu dipertimbangkan. Kampanye Politik merupakan salah satu cara untuk memasarkan atau mempromosikan calon. Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan untuk mempengaruhi orang lain agar mempunyai sikap dan perilaku yang sesuai dengan keinginan pelaku kampanye atau pemberi informasi.
3. Biaya (*Price*), mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis,

sampai citra nasional. Harga ekonomi mencakup semua biaya yang dikeluarkan partai selama periode kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis misalnya, pemilih merasa nyaman, dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain. Sedangkan harga citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra positif dan dapat menjadi kebanggaan negara.

4. Penempatan(*Place*), berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih. Ini berarti sebuah partai harus dapat memetakan struktur serta karakteristik masyarakat, baik itu geografis maupun demografis<sup>4</sup>.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Sumber data informan penelitian dan dokumen.

**Tabel 1.8 Daftar Informan Penelitian**

No	Kelompok Informan	Jumlah Informan
1	Calon Kepala Desa	5
2	Ketua Panitia Pemilihan Kepala Desa	1
3	Ketua Tim Sukses masing-masing calon	5
4	Ketua BPD	1
5	Masyarakat	6
<b>Total:</b>		18

<sup>4</sup> Firmanzah, op. cit. Hal 203

*Sumber data: Data Lapangan Tahun 2019.*

Teknik pengumpulan data: wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Teknik analisa data: metode kualitatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Firmanzah, dalam proses *marketing* politik digunakan penerapan 4P bauran marketing, yaitu: *Product* (produk), *Promotion* (promosi), *Place* (tempat), *Price* (harga). Sebagaimana telah dipaparkan dalam definisi konseptual, bahwa strategi *marketing* politik dimulai dari kandidat melakukan empat program utama yaitu; Pertama, menciptakan produk politik berupa visi dan misi yang diusung Andrisman, Kedua, Andrisman melakukan promosi atau pendekatan kepada segenap warga desa dan Ketiga, mempertimbangkan *price* berkaitan seluruh pembiayaan yang dikeluarkan oleh Andrisman selama mencalonkan diri. Keempat, mempertimbangan *place* atau tempat, yakni cara hadir Andrisman dalam melakukan kampanye-kampanye politik ditengah masyarakat Desa Tebing Tinggi.

### a. Analisa Produk (*Product*)

Menurut Firmansyah produk politik dapat berupa;

1. *Party platform* (*Platform Partai*), Produk utama Andrisman dibidang *party platform* adalah visi misi dan program kerja yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat desa Tebing Tinggi. Untuk mewujudkan visinya, Andrisman menyusun langkah-langkah atau yang disebut misi sebagai operasionalisasi dari visi.

2. Past Record (catatan tentang hal-hal yang dilakukan dimasa lampau). Andrisman memiliki 2 *Past Record* atau catatan tentang hal-hal yang dilakukan dimasa lampau, *pertama*: Andrisman pernah menjabat sebagai Ketua Pemuda desa Tebing Tinggi tahun 2013-2017, *kedua*; Andrisman pernah menjabat sebagai Ketua Jalur Desa Tebing Tinggi pada tahun 2013-2018.

3. *Personal Characteristics*, Andrisman lahir di desa Tebing Tinggi pada 25 November 1976 dan beragama Islam. Andrisman memiliki 2 anak, istrinya bernama Rosi Aprima. Tempat tinggal Andrisman terletak di Dusun Sagiran RT 001 Desa Tebing Tinggi Kecamatan Benai. Pendidikan terakhir Andrisman adalah SMTP Yaperkasi Teluk Kuantan. Keseharian Andrisman sebelumnya adalah Kuasa Direktur PT. Yogi Putra Jaya Tahun 2012 S/d 2019 dan Direktur PT. Putra Gajah Putih tahun 2016.

- b. Analisa Promosi (*Promotion*) Terdapat dua strategi yang dilakukan oleh Andrisman dalam upaya mempromosikan dirinya sebagai kandidat kepala desa, yaitu strategi pemasaran produk politik secara langsung kepada calon pemilih (*push political marketing*) dan strategi pemasaran melalui kelompok, tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh di masyarakat (*pass political marketing*). *Pass political marketing* yang dilakukan oleh Andrisman dan tim sukses adalah melakukan kunjungan

ke rumah-rumah warga guna mempengaruhi dan meminta dukungan mereka. Andrisman pun sering ikut serta perkumpulan informal warga duduk-duduk disebuah warung atau kedai-kedai kopi, guna menambah dukungan suara. Dengan demikian Andrisman mudah dikenal dan berbaur di tengah-tengah masyarakat, tidak jarang pada kesempatan-kesempatan seperti ini beliau menyampaikan visi dan misinya tentang bagaimana idealnya dalam membangun desa kedepan. Sedangkan *pass political marketing* yang dilakukan oleh Andrisman, meskipun tidak dibentuk secara resmi tim pemenangan atau tim suksesnya, namun beberapa tokoh masyarakat, tokoh Agama, tokoh pemuda dan tokoh perempuan, secara sukarela ikut membantu dalam mensosialisasikan visi, misi serta program kerja yang diusung oleh Andrisman.

- c. Analisis Penempatan (*Place*)  
Berdasarkan analisa promosi diatas, selanjutnya dapat dilihat bahwa cara hadir Andrisman dilakukan baik secara langsung *face to face* melalui kunjungan langsung ke rumah-rumah masyarakat, kunjungan ke mesjid atau surau, ke kelompok-kelompok tani dan ternak serta ke kedai-kedai kopi yang dsitu banyak berkumpul warga kemudian ikut serta dalam kegiatan baik formal maupun informal.
- d. Analisis Biaya (*Price*)  
Biaya (*price*) adalah mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis, sampai

citra kandidat ditengah masyarakat. Biaya berkaitan dengan seluruh pembiayaan yang dikeluarkan oleh Andrisman selama mencalonkan diri sebagai kepala desa. Sumber pembiayaan bukan murni dari Andrisman saja melainkan dari keluarga dan dari anggota tim sukses yang menyumbangkan secara suka rela. Dari pihak keluarga adalah adik kandung dari Andrisman yaitu Syafrida, M. Si. Saat ini Syafrida, M. Si bekerja sebagai Kepala Sekolah di SDN 004 desa Tebing Tinggi Kecamatan Benai. Terkait harga dari segi ekonomi Andrisman tidak banyak yang bisa diandalkan, karena hanya mempunyai latar belakang wiraswasta. keseluruhan biaya atau dana selama kampanye atau masa pemilihan sebesar Rp 13.000.000. Dana ini mereka gunakan untuk biaya keperluan atau operasioanal kampanye serta biaya konsumsi. Dana tersebut mereka dapatkan dari selain dari donatur, dana tersebut juga berasal dari hasil sumbangan suka rela dari timnya.

Namun jika harga dilihat dari aspek psikologis dan citra kandidat Andrisman mengungguli kandidat lainnya, dengan berbekal pergaulan yang baik di tengah masyarakat, membuat masyarakat merasa terpanggil untuk memberikan dukungan kepada Andrisman.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil yang telah peneliti lakukan sebagaimana telah di uraikan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat

menyimpulkan hasil penelitian terkait Strategi Politik Andrisman dalam pemilihan kepala desa di desa Tebing Tinggi kecamatan Benai kabupaten Kuantan Singingi , yaitu: untuk memenangkan Pilkades tahun 2019 adalah *marketing* politik yang maksimal. Untuk melakukan kampanye dan *marketing* politik tersebut, langkah pertama yang Andrisman lakukan adalah dengan membentuk tim sukses yang solid atau kompak. Tim sukses itu sendiri terbentuk dari orang-orang yang dekat dengan Andrisman seperti, keluarga, tetangga, karena ia berasal dari organisasi desa yaitu Ketua Pemuda dan Ketua Jalur desa Tebing Tinggi, dan ia mendapat banyak sekali dukungan dari tokoh masyarakat seperti tokoh pemuda, tokoh agama, tokoh adat, tokoh wanita.

*Marketing* dan kampanye politik dilakukan dengan mensosialisasikan Andrisman dan visi misinya kemasyarakat dengan cara berkunjung kerumah-rumah warga, kampanye ke masjid atau surau, mendatangi kelompok-kelompok tani dan ternak, terkadang ia dan tim suksesnya pun tidak segan untuk duduk-duduk bersama warga di warung atau kedai-kedai kopi guna untuk mengajak warga untuk memilihnya. Andrisman dan tim suksesnya melakukan kampanye paling lama diantara calon-calon lain, yaitu kurang lebih selama 4 bulan. Andrisman banyak sekali mendapat dukungan dari masyarakat, sebagian dari mereka memang senang dengan kepribadiannya dan ada juga yang menginginkan pemimpin baru di desa Tebing Tinggi.

#### **Saran**

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Politik Andrisman dalam pemilihan kepala desa di desa Tebing Tinggi kecamatan Benai kabupaten Kuantan Singingi peneliti ingin memberikan saran, yaitu : untuk memenangkan pemilihan kepala desa itu diperlukan kepercayaan dari masyarakat dengan membangun citra politik yang positif di masyarakat. Setiap kandidat harus mau dan mampu bersaing sehat dengan bermodalkan visi dan misi, program kerja yang sesuai dengan kebutuhan dan mampu menjawab permasalahan yang ada. Pada saat kampanye para kandidat atau calon kepala desa harus mempersiapkan biaya atau dana yang cukup agar ketika kampanye tidak menimbulkan masalah bagi calon dan tim suksesnya.

#### **Daftar Pustaka**

##### **Buku**

- Arikunto, Suhaimi. 2000. *Manajemen-Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2012. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Cangara, Hafied. 2016. *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Djunaidi, Fauzan, 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Karim, Rusli M. 1991. *Pemilu Demokratis Kompetitif*, Yogyakarta. Nazir, 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nazir. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nor, Juliansyah. 2012. *Metode Penelitian: Skripsi, Thesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Rulam Ahmadi, 2016 *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung.
- Surbakti, Ramlan. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta PT. Grasindo.
- Permusyawaratan Desa (BPD).
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 112 tahun 2014 Pasal 9 Tentang Pemilihan Kepala Desa.
- PP No. 43 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa.

**Website:**

Riaugreen.com,  
(<http://riaugreen.com/view1/Kuansing/43790/17/09/2019.Pilkades-di-Benai--Incumbent-Bertumbuhan.html>). Akses 17 September 2019.

**Jurnal:**

Lizabeth Lindrieny Lubis, “Strategi Zukri dalam Memperoleh Suara pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau Tahun 2014”, Jurnal JOM FISIP Volume 4 No. 2 Oktober 2017.

**Peraturan Perundang-Undangan:**

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa .

Peraturan Bupati Kuantan Singingi Nomor 55 Tahun 2018 Tentang Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa Serentak.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 110 Tahun 2016 Tentang Badan