

**PEMASARAN POLITIK GERY ARY YONRI, S.IP PADA PILKADES
DESA PENYASAWAN KECAMATAN KAMPAR KABUPATEN
KAMPAR TAHUN 2021**

Oleh : Gilang R Gumelar

Pembimbing: Wazni, S.IP., 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

Indonesia is a country that adheres to a democratic system where supreme sovereignty is in the hands of the people. In the administration of regional government, Indonesia consists of several regions/provincial regions and each regional/provincial region consists of several districts/cities. Furthermore, within each district/city there is the lowest government unit called the village. The village is a social system with its own institutions where the village has political, economic, judicial and socio-cultural institutions developed by its own community. The village head has an important role in a village. This is because the village head has the responsibility to provide excellent service to improve and build a better life in the village. So to determine who will become the village head, it is necessary to elect the village head.

The type of research used in this research is descriptive research using a qualitative approach. Research that analyzes and produces data in the form of speech, writing and behavior from the people observed (Nugrahani, 2014).

The results of research on the winning strategy used by Gery Ary Yonri, S.IP, namely that before becoming village head, Gery Ary Yonri, S.IP was once the youth leader in Penyasawan Village, then formed a success team and approached the community. Village Head Candidates in the Penyasawan Village Pilkades use various political marketing strategies to influence voters and win support. Through campaigns, outreach, meetings and social media, village head candidates strive to build a positive image, convey their vision and mission and interact directly with voters.

Keywords: *Village Head Election, Political Marketing, Youth Leader*

A. PENDAHULUAN

Indonesia adalah suatu negara yang menganut sistem demokrasi dimana kedaulatan tertinggi berada ditangan rakyat. Dalam penyelenggaraan pemerintahannya daerah Indonesia terdiri atas beberapa daerah/wilayah provinsi dan setiap daerah/wilayah provinsi terdiri atas beberapa daerah kabupaten/kota. Selanjutnya di dalam tiap daerah kabupaten/kota terdapat satuan pemerintahan terendah yang di sebut desa.

Secara etimologi kata desa berasal dari bahasa Sansekerta, desa yang berarti tanah air, tanah asal, atau tanah kelahiran. Dalam Undang-undang No 6 Tahun 2014 tentang Desa mendefinisikan desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang. Dari perspektif geografis, desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki kewenangan untuk mengurus rumah tangganya sendiri berdasarkan hak asal-usul dan adat istiadat yang diakui dalam pemerintahan nasional dan berada di daerah kabupaten.

Dalam Undang-undang No 6 Tahun 2014 tentang Desa mendefinisikan desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat desa berdasarkan upaya masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dimana dengan diberlakukannya UU No. 6 Tahun 2014 tersebut mempertegas bahwa desa menjadi terdesentralisasi dan memiliki hak otonom berdasarkan asal-usul dan adat istiadat untuk mengatur rumah tangganya sendiri dan bertanggung jawab terhadap Bupati.

Desa merupakan suatu sistem sosial dengan lembaga sendiri dimana desa

memiliki lembaga politik, ekonomi, peradilan, dan sosial-budaya yang dikembangkan oleh masyarakatnya sendiri. Misalnya dalam lembaga politik, desa mempunyai Kepala desa dan Perangkat desa yang tata cara dan pengaturan tugas pokok dan fungsinya dikembangkan sendiri berdasarkan inisiatif masyarakat desa sendiri, bukan berdasarkan instruksi dari Bupati dan Walikota.

Pemerintah Desa merupakan struktur yang paling bawah dalam sistem Pemerintahan Nasional. Pemerintah Desa mempunyai kedekatan dengan masyarakat dari berbagai lapisan, golongan, kepentingan dan berbagai persoalan dalam masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa jika Pemerintahan Desa berfungsi dengan baik, maka akan sangat memberikan pengaruh signifikan terhadap kemajuan berbagai bidang dalam masyarakat.

Kepala desa memiliki peran yang penting di suatu desa. Hal ini dikarenakan, kepala desa memiliki tanggung jawab untuk memberikan pelayanan prima guna meningkatkan dan membangun kehidupan yang lebih baik di desa. Maka untuk menentukan yang menjadi kepala desa diperlukannya pemilihan kepala desa.

Pemilihan Kepala Desa merupakan momentum untuk memperkuat partisipasi masyarakat dan konsolidasi demokrasi masyarakat. Hal ini mempunyai peran penting dalam menentukan arah kebijakan pemerintah desa sesuai kebutuhan masyarakat. Berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintahan daerah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang desa telah menciptakan suasana baru dalam proses pilkades dan tidak dapat dipungkiri bahwa keterlibatan masyarakat dalam pemilihan kepala desa ini telah menambah semaraknya peran mereka dalam mengembangkan kehidupan berdemokrasi.

Setiap dilakukannya Pemilihan Kepala Desa terdapat calon yang lebih dari satu untuk menjadi lawan dalam persaingan memperebutkan kekuasaan

tertinggi di desa. Akan tetapi semuanya sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah No 43 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang Undang No 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Semua aturan dan persyaratan pencalonan tertuang dalam setiap pasal demi pasal dalam Peraturan Pemerintah tersebut. Segala aturan yang akan dijalankan dalam Pemilihan Kepala Desa sudah tertuang dalam Permendagri Nomor 112 Tahun 2014 pasal 1 ayat 5 dan Peraturan Daerah Kabupaten Kampar Nomor 6 tahun 2018 tentang Permusyawaratan Desa agar dalam setiap pelaksanaannya sesuai dengan aturan dan juga tidak menyimpang atau melakukan pelanggaran.

Faktor penyebab masyarakat ingin berlomba lomba untuk menjadi kepala desa yaitu karena besarnya alokasi dana desa membuat banyak oknum yang ingin memanfaatkan untuk keuntungan pribadi. Bahkan dengan adanya alokasi dana desa, kini banyak orang yang ingin menduduki jabatan kepala desa. Di samping dapat gaji, jabatan itu juga memiliki kuasa untuk mengelola dana desa. Hal inilah juga salah satu factor penyebab masyarakat berebut kekuasaan untuk menjadi kepala desa.

Berdasarkan ketentuan umum penjelasan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa dijelaskan bahwa Pemerintahan Desa adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh Pemerintah Desa dan Badan Permusyawaratan Desa dalam mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat berdasarkan asal-usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Panitia pemilihan Kepala Desa memegang peranan yang strategis pada semua tahapan pemilihan. Mulai dari pendataan calon pemilih, penjurangan bakalcalon kepala desa, melaksanakan pemungutan suara, menghitung perolehansuara, dan melaporkan seluruh hasil pemilihan kepala desa berdasarkan Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014

Tentang Desa.

Pemilihan Kepala Desa juga merupakan pesta rakyat, dimana pemilihan kepala desa dapat diartikan sebagai suatu kesempatan untuk menampilkan orang-orang yang dapat melindungi kepentingan masyarakat desa. Masyarakat desa memiliki kesempatan untuk memilih secara langsung siapa yang akan menjadi pemimpin di desanya. Pemilihan Kepala Desa secara langsung merupakan mekanisme demokratis dalam rangka rekrutmen pemimpin di desa, dimana rakyat secara menyeluruh memiliki hak dan kebebasan untuk memilih calon-calon yang akan didukungnya, sehingga calon-calon tersebut harus berusaha untuk mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat dengan cara menggunakan strategi politik dalam berkampanye tentang visi dan misi yang akan dilaksanakan oleh para calon pemimpin tersebut.

Menurut Arnold Steinberg (dalam Pito,2006:196) strategi adalah rencana atau tindakan. Penyusunan dan pelaksanaan strategi mempengaruhi sukses atau gagalnya strategi pada akhirnya. Jadi dengan kata lain strategi adalah suatu rencana yang dibuat oleh para pemimpin agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Strategi pemenangan politik adalah analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol terhadap politik dan program-program pemilihan yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran hubungan yang menguntungkan antara partai dan pemilih demi tujuan untuk mencapai komunikasi politik yang baik.

Strategi pemenangan ini sangat diperlukan untuk mengikat hati masyarakat sekitar dan memenangkan pemilihan kepala Desa Penyasawan ini.

Panitia Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) Penyasawan kecamatan Kampar telah menggelar rapat pleno pencabutan dan penetapan nomor urut Calon Kepala Desa Penyasawan.

Hasil dari rapat pleno tersebut,

diperoleh keputusan yaitu terdapat 5 calon Kades yang akan bersaing untuk memperoleh suara terbanyak nomor urut 1 Arman Anas, nomor urut 2 Ade Rikarno, nomor urut 3 Drs. H.M. Nasir, nomor urut 4 Fakhraini, S.Ag, dan nomor urut 5 Gery Ary Yonri, SIP. Sedangkan untuk jumlah DPT desa penyasawan, telah ditetapkan berjumlah 3650 pemilih.

Panitia Pilkades Penyasawan juga telah menggelar rapat Pleno Rekapitulasi hasil perolehan suara dan penetapan calon kepala desa Penyasawan terpilih. Hasil pleno, ditetapkan calon kades Nomor Urut 1 Arman Anas memperoleh 164 suara, Calon Kades Nomor Urut 2 Ade Rikarno memperoleh 452 suara, calon kades Nomor urut 3

M. Nasir.Y memperoleh 917 suara, calon Kades Nomor urut 4 Fahraini memperoleh 164 suara dan calon kades Nomor urut 5 Gery Ari Yonri, SIP memperoleh 1108 suara. Total suara sah sebanyak 2805, suara tidak sah sebanyak 34, total suara sah dan tidak sah sebanyak 2839 suara.

Dengan adanya kekuasaan hak pilih pada rakyat, tentu setiap calon memiliki strategi pendekatan kepada pemilih di pilkades yang akan berlangsung, oleh karena itu setiap calon harus memasarkan dirinya ditengah-tengah masyarakat, salah satunya dengan menggunakan metode atau pemasaran politik yang mana strategi ini sering digunakan oleh setiap pasangan calon untuk merebut hati pemilih sehingga membuat banyaknya perolehan suara pada saat berlangsungnya pilkades. Pemasaran politik merupakan aktifitas yang teroganisir untuk digunakan oleh partai politik maupun calon dalam menyusun, mendistribusikan, memasarkan, serta meyakinkan kepada pemilih bahwa produk politik yang dihasilkan sangatlah lebih unggul dibandingkan dengan lawannya (Firmanzah,2008:27).

Selain metode pemasaran politik, strategi kampanye juga berpengaruh untuk memikat hati pemilih, untuk mendapatkan

dukungan, pasangan calon tentunya harus menyampaikan visi dan misinya, pada saat moment tersebut pasangan calon harus bisa meyakinkan pemilih dengan pemikiran positifnya sehingga menjadi nilai jual yang akan menjadi senjata untuk pemenangannya dalam pemilihan tersebut.

Dilihat dari latar belakang kelima calon kepala desa penyasawan yang berbeda dari segi pekerjaan ataupun faktor pendukung, calon nomor urut 1 pernah menjadi kepala dusun di dusun penyasawan selatan Desa Penyasawan. Sedangkan nomor urut 2 memiliki usaha kolam ikan dan berdagang. Nomor urut 3 adalah mantan kepala sekolah di salah satu sekolah di Kabupaten Kampar. Nomor urut 4 adalah seorang guru. Dan nomor urut 5 pernah menjadi ketua pemuda didesa Penyasawan. muncul persaingan yang cukup sengit oleh calon nomor urut 3 dengan calon nomor urut 5. Calon nomor urut 3 pernah menjabat sebagai kepala sekolah di salah satu sekolah di kabupaten Kampar dan juga beliau merupakan salah satu tokoh masyarakat di desa penyasawan ini. Sedangkan calon nomor urut 5 merupakan mantan ketua pemuda di desa penyasawan serta memiliki kedekatan yang erat dengan masyarakat desa penyasawan. Maka dari itu kedua kandidat calon kepala desa ini memiliki suara yang lebih unggul dibandingkan dengan kandidat yang lainnya.

Calon Nomor urut 5 pastinya mempunyai beberapa ide, gagasan, visi-misi, dan juga program yang lebih unggul dibandingkan dengan calon kepala desa lainnya yang akan direalisasikan jika berhasil memenangkan Pilkades Desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar Tahun 2021, karena jika ingin memperoleh kemenangan pada pilkades secara langsung akan membutuhkan sebuah pemasaran politik yang sistematis dan strategis dalam kampanye dan mempunyai tujuan yang akan dicapai.

Dengan pemasaran politik yang terkoordinasi apakah kedua calon kepala

desa tersebut terdapat kecurangan didalam pilkades desa Penyasawan dengan tujuan memperoleh jumlah suara yang lebih banyak untuk memenangkan dalam pemilihan calon kepala desa di desa Penyasawan Kabupaten Kampar Kecamatan Kampar tahun 2021.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimana pemasaran politik Gery Ary Yonri, S.IP pada pilkades desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar tahun 2021?

C. KERANGKA TEORI

a) Strategi Pemenangan

Strategi pemenangan dalam penelitian ini adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh pasangan calon kepala desa yang maju dalam pemilihan dengan cara melakukan perencanaan yang terukur dan terstruktur yang dapat menghasilkan sebuah gagasan atau cara untuk mencapai kemenangan.

Strategi yang digunakan oleh pasangan calon kepala desa harus dianalisis terlebih dahulu agar tidak terjadi kesalahan dalam mengambil keputusan ataupun tindakan kedepannya. Salah satu strategi yang harus dilakukan oleh pasangan calon kepala desa adalah mengetahui kekurangan serta kelebihan dari pasangan calon kepala desa yang lain. Dengan mengetahui kelebihan serta kekurangan dari lawan, seorang kandidat bisa mendapatkan peluang-peluang yang ada untuk masuk ke dalam masyarakat dan membentuk opini publik yang baik terhadap dirinya.

b) Kampanye Politik

Untuk dapat memenangkan suatu Pilkades, maka diperlukan suatu upaya-upaya yang harus ditempuh dan juga strategi yang sistematis dan strategis. Menurut Imawan (1999) kampanye adalah upaya persuasif untuk mengajak orang lain yang belum sepekan atau belum yakin pada ide-ide yang kita tawarkan, agar mereka bersedia bergabung dan mendukungnya (Cangara, 2011: 223).

Keberhasilan dalam kampanye politik

sangat ditentukan oleh kapasitas individu para calon atau kandidat dalam menyampaikan diri, yaitu dengan menggunakan metakampanye. John Caray menyebutkan bahwa media kampanye adalah upaya untuk mendemonstrasikan kecakapannya sebagai organisator, strategi dan taktik kampanye.

Adapun tujuan dari kampanye politik menurut Wahid (2016:153) adalah :

1. Meyakinkan target
2. Sebagai upaya propoganda kepada pemberi suara potensial
3. Menciptakan efek tertentu pada jumlah yang besar
4. Memengaruhi sasaran khalayak yang sudah ditetapkan

c) Pemasaran Politik

Proses marketing politik menurut Niffeneger (dalam Sutrisno 2018:108) dikenal dengan marketing 4P. Marketing 4P dalam ekonomi telah dikenal orang banyak, namun 4P dalam marketing politik berbeda dari dunia bisnis yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Firmanzah (dalam Sutrisno 2018:108) proses marketing politik 4P adalah sebagai berikut :

1. *Product*

Pada pemasaran politik, produk dibagi menjadi tiga kategori, yang pertama adalah pembentukan visi misi dan program kerja yang ditawarkan untuk masyarakat. Kemudian catatan masa lalu atau *past record* yang memiliki kontribusi sebagai pembentukan produk politik. Terakhir yaitu *karakteristik kandidat*, berguna untuk memberikan citra dalam produk politiknya kepada masyarakat.

2. *Promotion*

Promosi dalam pemasaran politik merupakan cara untuk mempromosikan kandidat dengan membawa produk politiknya kepada masyarakat.

3. *Price*

Price dalam pemasaran politik mencakup beberapa hal seperti citra *psikologis*, dan citra nasional. Citra *psikologis* merupakan pengacuan terhadap

persepsi yang dialami pemilih sehingga pemilih merasa nyaman dengan kandidat yang jadi pilihannya.

4. *Place*

Place atau tempat berkaitan erat dengan bagaimana kandidat memaksimalkan pemilih dengan efektif. Kampanye politik kandidat harus mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

d) Pemilihan Kepala Desa

Pengertian Pemilihan Kepala Desa adalah Pelaksanaan kedaulatan rakyat di desa dalam rangka memilih atau menentukan Kepala Desa yang bersifat langsung, umum, bebas, rahasia, dan adil. Kepala Desa ditentukan langsung oleh warga desa untuk mewujudkan sistem pemilihan yang demokrasi dan menyalurkan hak serta kewajiban dalam pemilihan. Tugas Kepala desa adalah menyelenggarakan urusan pemerintahan, pembangunan dan kemasyarakatan yang ada di desa. Dalam memimpin penyelenggaraan pemerintahan desa tugas dan kewajiban seorang kepala desa diatur lebih lanjut dengan peraturan daerah berdasarkan peraturan pemerintah. Dalam Pemilihan Kepala Desa harus mendukung kelima asas yang sudah tertera diatas. Ketika kelima asas tersebut berjalan sesuai dengan isi yang ada didalamnya maka Pemilihan Kepala Desa dapat berlangsung secara damai dan demokratis yang nantinya dapat menghasilkan pemimpin yang berkualitas dan berintegritas. Calon kepala desa yang mendapatkan suara terbanyak dalam Pemilihan Kepala Desa akan ditetapkan sebagai kepala desa terpilih.

D. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini untuk memperoleh data saya menggunakan metode penelitian kualitatif. Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pendekatan penelitian deskriptif atau melalui uraian-uraian yang menggambarkan dan menjelaskan subjek penelitian. Jenis Penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif.

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan kepala desa merupakan sarana bagi masyarakat desa dalam memilih kepala desa secara langsung. Setiap calon kepala desa yang mengikuti pemilihan kepala desa melaksanakan Pemasaran politik sebagai upaya untuk memenangkan pemilihan kepala desa yang diikutinya.

Pemilihan Kepala Desa adalah momen penting dalam perjalanan menuju masa depan yang lebih cerah dan berkembang bagi Desa Kita. Inilah saatnya untuk membuat pilihan bijak dan memilih pemimpin yang peduli, berkompeten, dan berdedikasi untuk memajukan Desa.

Pemasaran politik yang diterapkan oleh calon kepala desa pada Pilkades Desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar tahun 2021 memiliki peran sentral dalam mempengaruhi dukungan pemilih. Berdasarkan hasil analisis, terungkap bahwa calon kepala desa mengadopsi berbagai pendekatan untuk memperkenalkan diri, visi-misi, dan komitmen mereka kepada masyarakat, melakukan kampanye tatap muka, pertemuan publik.

Gery Ary Yonri, S.IP yang merupakan kepala desa terpilih dalam Pemilihan Kepala Desa Penyasawan Tahun 2021 mempunyai sebuah strategi politik yaitu menggunakan pendekatan secara personal yang melakukan pendekatan ke semua lapisan masyarakat dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan sederhana dalam komunikasi dengan masyarakat dalam menyampaikan visi misi dan programnya. Ia juga merangkul masyarakat, rival dan simpatisan serta tidak memaksa suatu pihak untuk mendukungnya. Visi yang digunakan oleh calon kepala desa Gery Ary Yonri, S.IP yaitu Gery Ary Yonri, S.IP memiliki visi yang jelas untuk mewujudkan Desa Maju dengan fokus pada pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan lingkungan. Bersama-sama, kita akan menciptakan program-program inovatif yang memajukan semua aspek kehidupan

di Desa Kita. Sedangkan misi yang digunakan oleh Gery Ary Yonri, S.IP yaitu untuk mengembangkan pemerintahan desa dibagian LPPM, BPD dan lain sebagainya.

Gery Ary Yonri, S.IP memahami pentingnya peran aktif masyarakat dalam pembangunan Desa. Ia berkomitmen untuk melibatkan warga dalam proses pengambilan keputusan, mendengarkan aspirasi, dan bekerja bersama-sama menuju tujuan yang lebih baik. Dalam kepemimpinan Gery Ary Yonri, S.IP, kita akan mendorong pembangunan berkelanjutan yang tidak hanya mengutamakan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperhatikan pelestarian budaya, lingkungan, dan kesejahteraan sosial.

Tim sukses yang dibentuk oleh Gery Ary Yonri, S.IP terdiri atas tiga orang tim sukses yang tersebar di Desa Penyasawan menggunakan ikatan personal berupa kedekatan keluarga/pertemanan/komunitas sebagai strategi pemasaran politik yang dilakukan dengan berkunjung secara langsung kepada masyarakat desa. Hal tersebut dianggap efektif karena pada umumnya masyarakat desa menyukai pendekatan secara personal sehingga masyarakat desa dapat menilai dan melihat kesungguhan dari tim sukses yang mengusung calon kandidat kepala desa yang mendatangnya secara langsung. Maka dari itu yang menjadi fokus penelitian adalah pada pemenang terpilih dalam Pilkades Desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar tahun 2021 dengan menggunakan strategi pemenangan dalam pemilihan Kepala Desa, kampanye politik, pemasaran politik (*Product, Price, Place, Promotion*), serta pemilihan kepala desa yang dilaksanakan oleh masyarakat desa penyasawan kecamatan Kampar kabupaten Kampar tahun 2021.

Strategi pemenangan yang dilakukan oleh Gery Ary Yonri, S.IP dalam pemilihan Kepala Desa berdasarkan pada visi, misi, dan program-program yang relevan dengan kebutuhan masyarakat

serta memperhitungkan konteks politik dan sosial yang ada. Dengan cara melakukan survei dan penelitian untuk memahami secara mendalam kebutuhan, harapan, dan masalah yang dihadapi oleh masyarakat desa.

Kampanye politik dimulai dari para calon kepala desa melakukan program utama kampanye yaitu menciptakan suatu produk politik berupa visi dan misi yang diusung oleh masing-masing kandidat calon kepala desa, Gery Ary Yonri, S.IP telah melakukan kampanye atau pendekatan kepada seluruh masyarakat desa, Gery Ary Yonri, S.IP juga telah berkontribusi secara aktif dalam pengembangan masyarakat dan pembangunan Desa selama lebih dari satu dekade. Pengalamannya yang luas akan menjadi aset berharga dalam melakukan kampanye dalam pemilihan kepala desa ini serta ia telah mengatur berbagai program untuk kemajuan Desa Penyasawan dan mempertimbangkan tempat dalam melakukan komunikasi-komunikasi kampanye politik ditengah masyarakat desa penyasawan kecamatan Kampar Kabupaten Kampar.

Konsep 4P dalam marketing politik versi Niffenegger memberikan panduan yang berguna bagi Gery Ary Yonri, S.IP dan tim kampanye dalam merancang strategi pemasaran politik yang efektif. Melalui penggunaan produk yang kuat, penetapan harga yang tepat, pemilihan tempat yang strategis, dan promosi yang berfokus, calon kepala desa dapat lebih efektif dalam mengkomunikasikan pesan kampanye mereka, mempengaruhi persepsi pemilih, dan memenangkan dukungan dalam pemilihan kepala desa.

1.1 Produk Pemasaran Politik (*Product*)

Produk politik dapat berupa: Pertama, *party platform* (Platform Tim Sukses), Kedua, *Past Record* (catatan tentang hal-hal yang dilakukan dimasa lampau), dan Ketiga, *Personal Characteristic* (karakteristik kepribadian) (Firmansyah, 2012). Produk utama Gery Ary Yonri, S.IP dibidang party platform adalah visi dan

misi yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar. Dalam Pemilihan kepala desa di Desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar tahun 2021, Gery Ary Yonri, S.IP mengusung visi : *“Desa yang Mandiri, Sejahtera, dan Berbudaya”* Untuk mewujudkan visinya, Gery Ary Yonri, S.IP menyusun langkah- langkah atau yang disebut misi sebagai operasionalisasi dari visi. Adapun misi tersebut antara lain:

- a. Pembangunan Infrastruktur yang Berkualitas. Kami akan memastikan pembangunan jalan, irigasi, dan fasilitas umum lainnya yang berkualitas, guna meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan warga desa.
- b. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui program pelatihan dan bantuan modal usaha, kami akan mendukung warga desa dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan.
- c. Peningkatan Kesejahteraan Sosial dengan cara kami akan memperkuat program-program kesejahteraan sosial, seperti bantuan pendidikan, kesehatan, dan perumahan bagi warga yang membutuhkan, guna memastikan bahwa tidak ada yang tertinggal.
- d. Pengembangan Pendidikan yang Berkualitas dengan cara kami akan bekerja sama dengan pihak terkait untuk meningkatkan fasilitas pendidikan di desa kita, termasuk peningkatan kualitas guru dan program-program pendidikan yang inovatif.
- e. Pemajuan Budaya dengan cara kami akan mengembangkan potensi budaya desa Penyasawan kecamatan Kampar Kabupaten Kampar, seperti mengadakan

festival budaya di desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar.

- f. Keberlanjutan Lingkungan dengan cara kami akan mendorong praktik-praktik ramah lingkungan dan pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan, untuk menjaga keindahan alam desa kita bagi generasi mendatang. Serta mengembangkan pemerintahan desa dibagian Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat desa, Badan Permusyawaratan Desa.

Dalam pemasaran politik, produk mengacu pada calon kepala desa dan platform kebijakan yang mereka usung. Calon kepala desa adalah produk yang dijual kepada pemilih. Sebagaimana diketahui bahwa sebelum menjabat sebagai Kepala Desa Penyasawan Gery Ary Yonri, S.IP yang berumur 34 tahun ini merupakan seorang pedagang yang jujur dan sopan. Selain menjadi pedagang Gery Ary Yonri, S.IP juga aktif dalam pemerintahan desa seperti halnya ia pernah menjadi ketua pemuda di desa Penyasawan tersebut.

1.2 Promosi Pemasaran Politik (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan dalam pemasaran politik berkaitan dengan upaya untuk mempromosikan calon kepala desa terpilih dan pesan kampanye kepada pemilih.

Promosi pemasaran politik yang dilakukan oleh Gery Ary Yonri, S.IP yaitu dengan leaflet dan brosur materi cetak dengan informasi penting tentang visi dan program-program Gery Ary Yonri, S.IP. Berkunjung kepada kerabat/keluarga, dan menghadiri kegiatan pemuda desa. Pemasaran politik secara langsung kepada calon pemilih dilakukan oleh Gery Ary Yonri, S.IP dengan cara melakukan kunjungan kerumah-rumah masyarakat baik yang sifatnya keinginan pribadi untuk melakukan silaturahmi maupun atas dasar undangan warga masyarakat desa Penyasawan. Dengan berbekal multi talenta yang dimilikinya, baik sebagai

pedagang dan ketua pemuda di desa Penyasawan menjadikan jalan bagi Gery Ary Yonri, S.IP mudah dikenal di tengah-tengah masyarakat desa Penyasawan, tidak jarang pada kesempatan-kesempatan seperti ini beliau menyampaikan visi dan misinya tentang bagaimana idealnya dalam membangun desa Penyasawan kedepannya. Selanjutnya Gery Ary Yonri, S.IP juga memaksimalkan penggunaan media sosial, baliho dan banner dalam melakukan kegiatan promosi pemasaran politik.

1.3 Harga dalam Pemasaran Politik (*Price*)

Harga dalam pemasaran politik merujuk pada apa yang diminta oleh calon kepala desa sebagai imbalan atas dukungan pemilih. Kandidat kepala desa Gery Ary Yonri, S.IP perlu menentukan harga yang tepat untuk mendapatkan dukungan dan partisipasi pemilih, serta menjaga keseimbangan antara imbalan yang diharapkan dan kontribusi yang diminta. Harga dalam pemasaran politik bisa dimaknai sebagai pengurangan resiko atau harga yang rendah, sehingga untuk mengurangi resiko dalam harga pemasaran politik calon kepala desa haruslah memiliki image yang baik dan mampu memberikan kenyamanan secara psikologis kepada masyarakat. Harga meliputi semua biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran politik dalam pemilihan kepala desa atau kandidat kepala desa Gery Ary Yonri, S.IP selama periode kampanye meliputi biaya iklan, publikasi, rapat akbar sampai biaya administrasi dan pengelolaan tim sukses kampanye. Selanjutnya, harga psikologis mengacu pada harga persepsi secara psikologis, misalnya apakah pemilih merasa nyaman dengan latar belakang suku/etnis, agama, pendidikan dan faktor-faktor psikologis lainnya yang dinilai baik oleh masyarakat Desa Penyasawan. Semakin baik perilaku kepala desa yang dipilih akan menimbulkan citra positif dari kandidat kepala desa itu sendiri, akan semakin murah harga atau semakin kecil resiko

bagi partisipan untuk memilih kandidat kepala desa.

Harga (*price*) mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis, sampai citra kandidat Gery Ary Yonri, S.IP ditengah masyarakat. Terkait harga dari segi ekonomi Gery Ary Yonri, S.IP tidak banyak yang bisa diandalkan, karena hanya mempunyai latar belakang sebagai pedagang dan ketua pemuda di desa Penyasawan, begitu juga bila dilihat dari segi pemodal dari tim sukses pun tidak ada melakukan penggalangan dana tim pemenangan. Namun jika harga dilihat dari aspek psikologis dan citra kandidat Gery Ary Yonri, S.IP sedikit lebih unggul dari kandidat lainnya, dengan berbekal pergaulan yang baik di tengah masyarakat, citra diri sebagai pedagang yang jujur, ketua pemuda yang baik dan jujur yang melakukan aktivitasnya yang tanpa pamrih membuat masyarakat merasa berhutang budi dan terpanggil untuk memberikan dukungannya kepada Gery Ary Yonri, S.IP.

1.4 Penempatan Pemasaran Politik (*Place*)

Dalam pemasaran politik Calon Kepala Desa pada Pilkades Desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar tahun 2021, Penempatan mengacu pada lokasi atau tempat yang digunakan calon kepala desa untuk menyampaikan pesan kampanye dan berinteraksi dengan pemilih. Gery Ary Yonri, S.IP melakukan pemetaan besaran pendukung dengan pemetaan tim sukses yang tersebar di beberapa wilayah di Desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar tahun 2021.

Dalam melakukan pemasaran politik disini sangatlah penting sekali dilakukan mengingat calon kepala desa terpilih diharapkan dapat selalu hadir dalam berbagai karakteristik masyarakat desa Penyasawan. Calon kepala desa terpilih dituntut untuk selalu aktif untuk mengenalkan akan sosok dirinya dan visi misi yang akan dibawa supaya masyarakat mengetahuinya. Terkait dengan pemasaran

politik ini, tim sukses dari Gery Ary Yonri, S.IP dari jauh-jauh hari sudah melakukan pemetaan pendukungnya. Tim sukses sudah dibentuk untuk melakukan pemasaran politik, yang tugasnya adalah mencari suara di tiap-tiap dusun di desa Penyasawan tersebut. Selanjutnya tim sukses Gery Ary Yonri, S.IP tersebut akan membuat sebuah laporan rutin tiap bulan dimana sejauh mana suara yang akan masuk di tim sukses Gery Ary Yonri, S.IP ini.

Untuk menjadi yang unggul dari cara berkampanye Gery Ary Yonri, S.IP ini adalah dengan cara menyasanya tim sukses pemenang dengan cara membaaur dengan lapisan masyarakat khususnya dari kaum pedagang, buruh petani dan pemuda di Desa Penyasawan. Tim sukses beserta Gery Ary Yonri, S.IP sering hadir dalam rapat musyawarah di tingkat dusun dan ikut dalam pemecahan masalah di masyarakat Desa Penyasawan. Isu maupun program kerjanya dapat mencerminkan dan menjawab permasalahan-permasalahan yang benar-benar dialami oleh masyarakat Desa Penyasawan secara luas. Merebut adalah spesifikasi dasar dari strategi pemasaran politik ini. Tujuan utama strategi pemasaran politik ini adalah membuat kontestan dapat memperoleh dukungan baru dari masyarakat

Desa Penyasawan secara luas. Strategi pendekatan pemasaran politik ini menuntut untuk dapat menarik perhatian dan simpatisan masyarakat Desa Penyasawan agar mereka mendukung timnya. Dapat diketahui bahwa partisipasi masyarakat Desa Penyasawan pada pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa di Desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar adalah masyarakat sangat aktif dalam berpartisipasi melalui berbagai bentuk, seperti datang saat pelaksanaan kampanye, menyampaikan aspirasi, saran, dan masukan bagi calon kepala desa, ikut pemilihan kepala desa sesuai jadwal, dan sebagainya.

Adanya hubungan yang baik antara pemerintah Desa Penyasawan dan

masyarakat Desa Penyasawan, baik dalam bentuk kolaborasi, ikut serta aktif dalam kegiatan pemilihan kepala desa, maupun tindakan lainnya, akan mendukung terbentuknya pemerintahan desa yang demokratis dan sesuai dengan keinginan masyarakat Desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar.

Masyarakat Desa Penyasawan yang berada di wilayah Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar masih menjunjung nilai kebersamaan, kekeluargaan, gotong royong, serta cenderung mengikuti pemimpin atau tokoh masyarakat yang berpengaruh di desa tersebut. Perilaku tersebut sangat berpengaruh terhadap pemasaran politik masyarakat Desa Penyasawan yang berada di wilayah Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar. Dalam hal ini pilihan ditentukan atas dasar kehendak dan pandangan pribadi masyarakat Desa Penyasawan. Jadi tidak ikut-ikutan orang lain dalam menentukan pilihannya, sebab masyarakat Desa Penyasawan memiliki pemikiran lebih terbuka dan sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada di Desa Penyasawan.

Dapat diketahui bahwa kewenangan masyarakat desa dan tanggung jawab masyarakat desa dalam mengambil keputusan pada pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa Penyasawan adalah berdasarkan hak pilih yang ada pada peraturan. Ikut serta dalam kegiatan pemilihan kepala desa. Masyarakat berhak memilih sesuai dengan hati nuraninya, tanpa adanya paksaan dan tekanan untuk memilih Kepala Desa sesuai dengan harapannya.

Pemilihan Kepala Desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar Tahun 2021 berjalan dengan lancar tanpa adanya konflik antar pendukung ataupun kecurangan dari salah satu pihak. Pemilihan kepala desa dapat juga memberi ruang bagi tokoh masyarakat untuk mengaktualkan setiap gagasan ataupun kepentingan politik untuk masyarakat di desanya. Masyarakat Desa Penyasawan mempunyai kedekatan ikatan

emosional dengan masyarakat, sehingga terkait dengan pemilihan kepala desa, tidak akan terlepas kaitannya dengan tokoh masyarakat. Tokoh masyarakat bisa dijadikan tolak ukur berjalannya pemilihan kepala desa, karena tokoh masyarakat merupakan tokoh yang netral tidak memihak suatu calon kepala desa dari tokoh masyarakat, masyarakat juga bisa mengetahui apakah terdapat suatu konflik antar pendukung ataupun terdapat suatu pihak yang memberikan tekanan/paksaan baik terhadap masyarakat biasa maupun kepada tokoh masyarakat. Keunggulan yang dimiliki Gery Ary Yonri, S.IP yaitu Gery Ary Yonri, S.IP tersebut pernah menjadi ketua pemuda di desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar sehingga beliau memiliki kedekatan yang erat dengan pemuda serta masyarakat desa Penyasawan. Kemudian, keberhasilan Gery Ary Yonri, S.IP dan tim sukses yang dianggap telah maksimal baik dalam penggunaan media untuk kegiatan kampanye maupun dalam melakukan pendekatan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Terdapat persamaan jawaban dari beberapa narasumber yang tidak memilih Gery Ary Yonri, S.IP yaitu karena ketertarikan mereka terhadap visi, misi dan program-program dari calon kepala desa yang mereka pilih. Calon kepala desa yang mereka pilih dianggap lebih mampu mendengarkan aspirasi masyarakat, memperhatikan keadaan dan kebutuhan masyarakat serta potensi Desa Penyasawan. Persamaan alasan lainnya dikarenakan calon kepala desa lain memberi keuntungan berupa sejumlah uang, walaupun terdapat salah satu narasumber yang tidak menerima imbalan tersebut. Para narasumber juga tidak memilih berdasarkan ketertarikan mereka terhadap isu sosial/politik. Dalam memilih calon kepala desa, para narasumber tidak mendapatkan tekanan atau paksaan dari Gery Ary Yonri, S.IP ataupun dari pihak calon kepala desa lain.

F. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis tentang Pemasaran Politik Calon Kepala Desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar Tahun 2021 dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran berperan penting dalam pemilihan calon kepala desa di Pilkades Desa Penyasawan menggunakan berbagai strategi pemasaran politik untuk mempengaruhi pemilih dan memenangkan dukungan. Melalui kampanye, sosialisasi, pertemuan, dan media sosial, calon kepala desa berupaya membangun citra positif, menyampaikan visi-misi, dan berinteraksi langsung dengan pemilih.

Pemilihan kepala desa merupakan momen penting dalam demokrasi lokal, di mana kampanye politik memiliki peran sentral dalam membentuk opini dan preferensi pemilih. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa kampanye politik memiliki dampak signifikan terhadap hasil pemilihan kepala desa dan bahwa strategi kampanye yang efektif dapat memengaruhi persepsi pemilih.

Pemasaran politik untuk pemilihan kepala desa melibatkan upaya yang matang untuk membangun citra kandidat yang kuat, berkomunikasi secara efektif dengan pemilih, dan menawarkan solusi nyata terhadap masalah yang dihadapi masyarakat desa. Strategi 4P membantu membimbing pendekatan pemasaran politik yang efektif dalam usaha meraih dukungan dan suara pemilih.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Afifuddin. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.

Arnold Steinberg. (2006). *Kampanye Politik Dalam Praktek*. Jakarta: Intermedia

Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Firmanzah. 2007. *MARKETING POLITIK : Antara Pemahaman Dan*

Realitas. Jakarta
: Yayasan Pustaka Obor Indonesia

Istiyanto, Doni. (2011). Hegemoni Jawa Dalam Pilpres Melalui Suara Terbanyak Dengan Prinsip Satu Orang Satu Suara Satu Nilai. Surabaya : ADN Consult.

Nugrahani, Farida. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. Solo: Cakra Books

Nursal, Adman. (2004). POLITICAL MARKETING : Strategi Memenangkan Pemilu. Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Toni Andrianus Pito,dkk. (2006). *Mengenal Teori-Teori Politik*. Bandung: Nuansa

Wahid, Umaimah. 2016. Komunikasi Politik. Bandung. PT Remaja Rosdakarya Offset.

Ways, Muliansyah A. 2014. POLITICAL :Ilmu Politik, Demokrasi, Partai Politik & Welfare State. Yogyakarta : Buku Litera.

Undang-undang dan peraturan

Undang-Undang No 6 Tahun 2014 tentang Desa

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah

Peraturan Pemerintah No 43 Tahun 2014 tentang desa

Peraturan Daerah Kabupaten Kampar Nomor 6 tahun 2018 tentang Permusyawaratan Desa

JURNAL

Andi Ayatullah Ahmad, Hafied Cangara, Hasrullah. 2017 “Pembatasan Kampanye Dan Rendahnya Partisipasi Pemilihan Pada Pilkada Serentak 2015 Di Tiga

Kabupaten Di Sulawesi Selatan”. Jurnal Komunikasi KAREBA, 6(2):63-71.

Elsa Hostriana Johannis, 2020, Strategi Marketing Politik Dalam Pemenangan Fathoni Aribowo Dalam Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) Ngestiharjo 2018 (Studi Penelitian di Desa Ngestiharjo, Kasihan, Bantul, DIY).

Ade Heryana, 2018, Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif.

Alfian Muhazir, 2020, Strategi Political Marketing Kandidat dalam Pilkades Serentak Periode III di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 1, No. 1.

Inco Hary Perdana. (2012). *Political Marketing Partai Politik Baru Menuju Pemilu*.

I Putu Handy Pramana, 2019, Strategi Marketing Politik Kepala Desa Terpilih Dalam Pemilihan Kepala Desa Kerta Buwana Kecamatan Sungai Loban Kabupaten Tanah Bumbu Tahun 2017.

KA Jasmi. 2012. Metodologi pengumpulan data dalam penyelidikan kualitatif.

Rizki Zerunnisa, 2014, *Political Marketing Kandidat Dalam Pemilihan Kepala Desa (pilkades)(Studi Kasus Pilkades Desa Gentan Kecamatan Ganti Warno Kabupaten Klaten)*

Sutrisno. Dkk. 2018. Komparasi Teori Marketing Politik 4p Menurut Niffenegger dan 3p Menurut Adman Nursal. JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA, 6 (2), 106-111.