

STRATEGI KAMPANYE KANDIDAT BERLATAR BELAKANG TNI
(Studi Kasus: Pemilihan Kepala Desa Parangbatu Kecamatan Parengan Kabupaten
Tuban Tahun 2019)

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1)
dalam bidang Ilmu Politik**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

AULIYA RIZQI PRATIWI

NIM. I71217025

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2024

PERNYATAAN

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim, Yang bertandatangan dibawah ini, saya;

Nama : Auliya Rizqi Pratiwi

Nim : I71217025

Program Studi : Ilmu Politik

Judul Skripsi : **STRATEGI KAMPANYE KANDIDAT BERLATAR BELAKANG
TNI (Studi Kasus: Pemilihan Kepala Desa Parangbatu Kecamatan Parengan
Kabupaten Tuban Tahun 2019)**

Menyatakan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi dari karya oranglain.
3. Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai karya plagiasi, saya bersedia menanggung konsekuensi hukum yang berlaku

Surabaya, 7 Juni 2024

Yang menyatakan,

:)

Auliya Rizqi Pratiwi

NIM. I71217025

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Auliya Rizqi Pratiwi

NIM : I71217025

Program Studi : Ilmu Politik

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Berjudul STRATEGI KAMPANYE KANDIDAT BERLATAR BELAKANG
TNI (Studi Kasus: Pemilihan Kepala Desa Parangbatu Kecamatan Parengan
Kabupaten Tuban Tahun 2019)**

saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut dapat diujikan sebagai salah satu persyaratan bagi yang bersangkutan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Politik.

Surabaya, 4 Juni 2024

Pembimbing



Dr. H. Andi Suwarko, S. Ag, M.Si

NIP. 197411102003121004

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Auliya Rizqi Pratiwi dengan judul “STRATEGI KAMPANYE KANDIDAT BERLATAR BELAKANG TNI (Studi Kasus: Pemilihan Kepala Desa Parangbatu Kecamatan Parengan Kabupaten Tuban Tahun 2019) telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi tanggal 13 Juni 2024.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Dr. H. Andi Suwarko, S.Ag, M.Si

NIP. 197411102003121004

Penguji II



Dr. Aniek Nurhayati, M.Si

NIP. 196909071994032001

Penguji III



Noor Rohman, M.A.

NIP. 198510192015031001

Penguji IV



Ajeng Widya Prakasita, M.A

NIP. 199502232020122025

Surabaya, 13 Juni 2024

Mengesahkan,

Universitas Islam Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Dekan,



Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag

NIP. 197306272000031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : AULIYA RIZQI PRATIWI
NIM : 171217025
Fakultas/Jurusan : FISIP / ILMU POLITIK
E-mail address : AULYARZK@GMAIL.COM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

STRATEGI KAMPANYE KANDIDAT BERLATAR BELAKANG TNI (STUDI KASUS :
PEMILIHAN KEPALA DESA PARANGBATU KECAMATAN PARENGAN KABUPATEN
TUBAN TAHUN 2019)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 AGUSTUS 2024

Penulis

(AULIYA RIZQI PRATIWI)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Auliya Rizqi Pratiwi, 2024. Strategi Kampanye Kandidat Berlatar belakang TNI (Studi Kasus : Pemilihan Kepala Desa Parangbatu Kecamatan Parengan Kabupaten Tuban Tahun 2019), Skripsi Program Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unversitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Pemilihan kepala desa merupakan proses demokrasi yang dilakukan dilingkup pemerintahan desa yang akan dipilih secara langsung oleh masyarakat. Seorang anggota TNI aktif yang memilih untuk pensiun dini dan mencalonkan dirinya untuk mengikuti kontestasi pemilihan kepala desa yang dilakukan di desa Parangbatu untuk membangun desanya menjadi lebih baik. Sehingga pada penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang strategi kampanye yang digunakan oleh kandidat untuk menarik hati masyarakat di desa Parangbatu serta menjelaskan faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dalam melakukan strategi kampanyenya.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik yang digunakan adalah wawancara secara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Pemilihan informan pada pada penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling*. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori marketing politik yang dikemukakan oleh Niffeneger yang mana teori ini sebagai acuan penulis dalam melakukan penelitiannya.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan strategi yang digunakan untuk memikat hati masyarakat menggunakan stratgei produk yang mana kandidat menjelaskan visi, misi, dan program kerjanya, rekam jejaknya sehingga masyarakat dapat mengenal sosoknya, serta karakteristik kandidat. Strategi promosi yang mana kandidat bertemu langsung dengan masyarakat untuk berkomunikasi langsung, kandidat juga mengait dukungan tokoh masyarakat yang dinilai dapat menumbuhkan partisipasi masyarakat dan juga menggunakan media untuk mempromosikan dirinya. Strategi harga yang menjelaskan besar biaya yang kandidat keluarkan pada masa kampanye serta nilai psikolog dan image politik yang dibangun oleh kandidat. Strategi tempat yang digunakan kandidat untuk mempromosikan produk-produk politiknya. Strategi segmentasi yang merupakan target yang ingin dicapai oleh kandidat untuk memenangkan pemilihan kepala desa. Apapun faktor penghambat yang ditemukan adalah persoalan money politik. Sedangkan faktor pendukungnya adalah kekecewaan masyarakat pada kepemimpinan sebelumnya, karakteristik dan citra kandidat serta program dan gagasan kandidat.

Kata kunci: Strategi Kampanye, Pemilihan Kepala Desa, kandidat berlatarbelakang TNI

ABSTRACT

Auliya Rizqi Pratiwi, 2024. Campaign Strategy of Candidates with TNI Background (Case Study: Election of Parangbatu Village Head, Parengan District, Tuban Regency in 2019), Thesis Political Science Program, Faculty of Social and Political Sciences, Sunan Ampel State Islamic University Surabaya.

Village head election is a democratic process carried out within the village government that will be directly elected by the community. An active TNI member who chose to retire early and nominate himself to take part in the contestation of the village head election held in Parangbatu village to build his village for the better. So that this study aims to explain the campaign strategy used by candidates to attract the hearts of the people in Parangbatu village and explain the factors that become obstacles and supporters in carrying out their campaign strategies.

The research method used in this research is descriptive qualitative method with a case study approach. The techniques used are in-depth interviews, observation, and documentation. Selection of informants in this study using purposive sampling technique. The theory used in this research is the theory of political marketing put forward by Niffeneger which this theory is the author's reference in conducting his research.

The results of this study explain the strategies used to captivate the public using product strategies where candidates explain their vision, mission, and work program, their track record so that the public can recognize their figure, and the characteristics of the candidate. Promotion strategies where candidates meet directly with the community to communicate directly, candidates also associate the support of community leaders who are considered to foster community participation and also use the media to promote themselves. A pricing strategy that explains the amount of money candidates spend during the campaign period as well as the psychological value and political image built by candidates. Place strategy that candidates use to promote their political products. Segmentation strategy which is the target that candidates want to achieve to win the village head election. Any inhibiting factor found is the issue of political money. While the supporting factors are the community's disappointment in the previous leadership, the characteristics and image of the candidate and the candidate's programs and ideas.

Keywords: Campaign Strategy, Village Head Election, candidates with TNI background.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN.....	iv
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10

C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Konseptual	11
F. Sistematika Pembahasan	23
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS DAN ARGUMENTASI	
UTAMA.....	25
A. Perspektif Teoritis	25
B. Argumentasi Utama	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
C. Sumber Data	39
D. Informan Penelitian	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data.....	43
G. Teknik Keabsahan Data	44
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	46
A. Gambaran Umum Kabupaten Tuban	46
B. Deskripsi Data.....	50
1. Aspek Geografis Desa Parangbatu	50
2. Aspek Demografis Desa Parangbatu.....	51
3. Aspek Pendidikan Desa Parangbatu.....	52
4. Aspek Ekonomi Desa Parangbatu.....	52

5. Aspek Sosial Budaya Desa Parangbatu.....	53
6. Aspek Sejarah dan Pemerintahan Desa Parangbatu.....	54
7. Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Parangbatu.....	56
C. Analisa dan Pembahasan	56
1. Strategi Kampanye Kandidat Berlatar Belakang TNI (Studi Kasus: Pemilihan Kepala Desa Parangbatu Kecamatan Parengan Kabupaten Tuban Tahun 2019).....	56
a. Strategi Produk.....	59
b. Strategi Promosi.....	66
c. Strategi Price/Harga.....	72
d. Strategi Place/Tempat.....	74
e. Strategi Segmentasi.....	75
2. Faktor Penghambat dan Pendukung Pemilihan Kepala Desa Parangbatu.....	76
a. Faktor Penghambat	76
b. Faktor Pendukung	78
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88
PEDOMAN OBSEVASI.....	89
DOKUMENTASI PENELITIAN.....	93

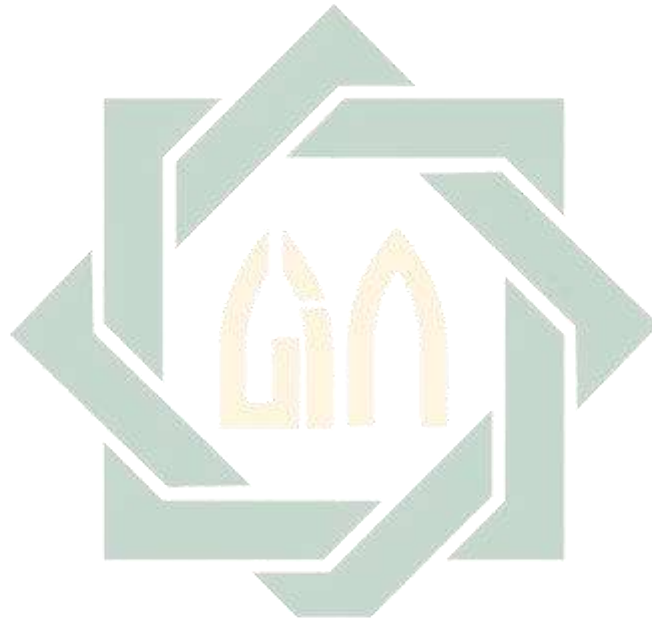
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Rincian Hasil Perolehan Suara Sah Calon Kepala Desa.....	8
Tabel 1.2 Data Suara Sah dan Tidak Sah.....	9
Tabel 3.1 Nama Informan Penelitian.....	40
Tabel 4.1 Jumlah Kelurahan/Desa dan Luas Wilayah di Kabupaten Tuban.....	47
Tabel 4.2 Jumlah Pertumbuhan Penduduk Kabupaten Tuban.....	48
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Kabupaten Tuban.....	49
Tabel 4.4 Keyakinan Beragama Masyarakat Kabupaten Tuban.....	50
Tabel 4.5 Jumlah Penduduk Desa Parangbatu.....	52
Tabel 4.6 Jumlah Pendidikan Desa Parangbatu.....	52
Tabel 4.7 Jenis Pekerjaan di Desa Parangbatu.....	53
Tabel 4.8 Tempat Ibadah Desa Parangbatu.....	54
Tabel 4.9 Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Parangbatu.....	56

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Marketing Politik Niffengger.....27

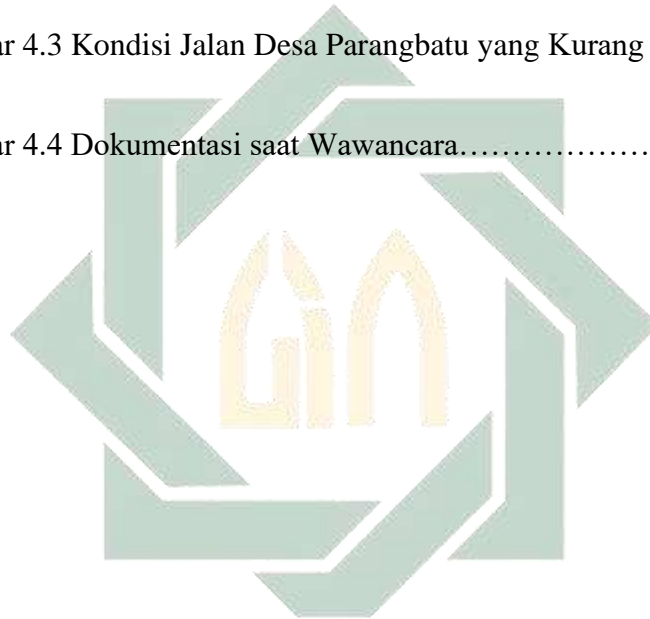
Bagan 3.1 Model Analisis Data menurut Miles dan Huberman.....43



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kandidat Pemilihan Kepala Desa Parangbatu.....	6
Gambar 4.1 Peta Administrasi Kabupaten Tuban.....	46
Gambar 4.2 Peta Wilayah Desa Parangbatu.....	51
Gambar 4.3 Kondisi Jalan Desa Parangbatu yang Kurang Baik.....	64
Gambar 4.4 Dokumentasi saat Wawancara.....	70



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ahmad Tanzeh, 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Sukses Offiset.
- Almanshur Fauzan , Ghony Djunaidi. 2012. *Metodologi Penelitian kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Burhan Bungin. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Cangara H. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Firmansyah. 2008. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realistis*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Firmansyah. 2009. *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor.
- Firmanzah. 2012. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Hidayat, Imam. 2009. *Teori-Teori Politik*. Malang: Setara Press
- Iskandar. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persabda.
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman. 2009. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Moleong, 1998. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Schroder Peter. 2009, *Strategi Politik edisi Revisi untuk pemilu 2009*. Friedrich Naumann Siftung Fur die Freiheit, Indonesia.

Schroder, Peter. 2010. *Strategi Politik*. Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung fuer die Freiheit.

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung, CV. Alfabeta

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset

Venus, Antar, 2009. *Manajemen Kampanye (Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Peraturan UU :

Peraturan Daerah Kabupaten Tuban Nomor 7 Tahun 2015 tentang pemilihan kepala desa

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 112 Tahun 2014 tentang pemilihan kepala desa

Undang-Undang RI Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa

Peraturan Kementerian Dalam Negeri No. 77 Tahun 2019 tentang Kode dan Data Wilayah Administasi Pemerintahan.

Jurnal :

Afnan, Dikhorir. 2017. Strategi komunikasi politik tim sukses dalam pemenangan pemilu legislatif di kabupaten Kuningan. *Jurnal SOSFILKOM*. Vol. XI no. 01 Tahun 2017

Anggoro, Teguh. 2019. Politik Patronase dan Klientelisme Purnawirawan TNI Pada Pemilu Legislatif. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, Vol 4 No 1

Fatimah, Siti. 2018. Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Jurnal Resolusi*,

- Jawandri. 2013. Proses Pemilihan Kepala Desa Di Desa Tanjung Nanga Kecamatan Malinau Selatan Kabupaten Malinau. *E-Jurnal Ilmu Pemerintahan*, vol.1 no.1
- Kamal, A.M., Darmawan, W. B., & Agustino, L., 2021. Strategi komunikasi politik PKS Jawa Barat dalam meningkatkan perolehan Suara pada pemilu 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. Vol. 1 No.3
- Niffenegger, P.B. 1989, Strategies for Success from the Politic Marketers. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 30, No. 10/11, pp. 45-51
- Pura, Ariel Kristianto.2019. Strategi pemenangan calon legislatif. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*. Vol.1 no. 1
- Rosyid, Halimur. 2019. Strategi pemenangan Caleg Partai Gerindra pada pemilihan umum Legislatif tahun 2014. *Jurnal politik dan social Kemasyarakatan* Vol.11, No. 1 tahun 2019
- Rusnani, Bambang Hermanto. 2019. Strategi caleg dalam upaya memenangkan pemilu legislatif di dapil II kabupaten Sumenep. *Jurnal "Permormance" Bisnis & Akuntansi* Vol. V No. 2 Tahun 2015
- Sanjaya, andika, Intan Triandini. 2019. Strategi pemenangan dan komuniaksi politik Hendrar Prihadi berbasis Twitter (Studi kasus pemilihan wali kota semarang pada tahun 2010). *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*. Vol. 3 No. 2 Tahun 2019
- Scheidt, S., Gelhard, C., & Henseler, J. (2020). Old Practice , but Young Research Field : A Systematic Bibliographic Review of Personal Branding. *Frontiers in Psychology*, 1–18.
- Senova, Annisa. 2016. Literasi media sebagai strategi komunikasi tim sukses relawan pemenangan pemilihan presiden Jokowi-JK di Bandung. *Jurnal kajian komunikasi* Vol. 4 No. 2 Tahun 2016

Sugiarto, Bowo. 2014. Strategi Pemenangan Kepala Daerah di kabupaten Banyumas tahun 2013. *Jurnal masyarakat, kebudayaan, dan politik* Vol. 27, No. 3, Tahun 2014

Sumaryono, Ernungtyas, Niken, Prisant, Guntur. 2021. Strategi personal branding dalam pemenangan pemilu legislatif di Sulawesi Tenggara. *Jurnal komunikasi dan Kajian Media* Vol. 5 No. 1

Skripsi :

Faisal Farhan. 2011. Skripsi tentang “Tindak Pidana Disersi Ditinjau Dari Perspektif Hukum Pidana Militer”, Universitas Pasundan Fakultas Hukum, Bandung.

Internet :

Kondisi Geografis Kabupaten Tuban. <https://tubankab.go.id/page/geografi>, diakses 28 Maret 2022 pukul 14:05 WIB

Pembagian administrasi Kabupaten Tuban. <https://dprd-tuban.go.id/profile/kabupaten-tuban/>, diakses 28 Maret 2022 pukul 14.30

Peta wilayah dan administrasi kecamatan Parengan. <https://parengan.tubankab.go.id>, diakses pada 28 Maret 2022 pukul 21:08 WIB

Peta wilayah desa Parangbatu. <https://www.parangbatu-parengan.desa.id/artikel/2020/2/4/wilayah-desa-parangbatu>, diakses pada 29 Maret 2022 pukul 00:06 WIB

Sejarah desa Parangbatu. <https://www.parangbatu-parengan.desa.id/artikel/2020/1/15/sejarah-desa-parangbatu-kecamatan-parengan-kabupaten-tuban>, diakses pada 29 Maret 2022 pukul 00:43 WIB