

Pemenangan Elektoral berbasis Karakter Lokal: Strategi *Botoh* dalam Pemilihan Kepala Desa di Kabupaten Banjarnegara

Electoral Winners based on Local Characters: A Botoh Strategy in the Election of Village Heads in Banjarnegara Regency

Ade Tri Widyanti¹, Muhammad Raji Fudin² 

^{1,2} Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Penulis Korespondensi

Ade Tri Widyanti
adetriwidyanti@gmail.com
+62 895 3656 71486

Artikel Histori

Diajukan: 30 Maret 2022
Revisi Akhir: 28 April 2022
Disetujui: 28 April 2022
Terbit: 30 Juni 2022

Abstrak

Munculnya *Botoh* tidak lepas dari keadaan sosial politik masyarakat desa. *Botoh* menjalankan peran dan melakukan strategi pemenangan Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) dengan menggunakan ciri atau karakter lokal setempat. Aspek tersebut merupakan bagian dari indikator peran aktor politik dan strategi pemenangan dengan basis lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memfokuskan penelitian pada peran dan strategi *Botoh* dalam pemenangan Pilkades. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pertama, peran *Botoh* dalam pemenangan Pilkades dilakukan secara individu dan dalam tim pemenangan. Hubungan antara calon Kepala Desa dengan *Botoh* berupa hubungan patron-klien, yaitu hubungan yang berlandaskan pada pertukaran sumber daya. Selain itu, *Botoh* berperan sebagai perantara bagi calon Kepala Desa dengan pemilih. Kedua, strategi yang dilakukan *Botoh* dalam pemenangan ini menggunakan strategi pemenangan berbasis karakter lokal. Strategi pemenangan berbasis karakter lokal merupakan langkah pemenangan yang dilakukan oleh calon Kepala Desa bersama *Botoh* dengan memanfaatkan kebiasaan atau tradisi lokal. Strategi ini dinilai efektif untuk mengambil suara masyarakat dengan menggunakan pendekatan berbasis karakter lokal setempat. Namun demikian, kasus ini menarik sebab terdapat anggota *Botoh* yang bukan merupakan warga asli Desa Parakan.

Kata Kunci

Botoh; Karakter Lokal; Aktor; Elektoral; Strategi Pemenangan

Abstract

The emergence of *Botoh* cannot be separated from the socio-political situation of the village community. *Botoh* carries out the role and carries out a strategy to win the Village Head Election (Pilkades) by using local characteristics. This aspect is part of the indicators of the role of political actors and winning local-based strategies. This study uses an approach that focuses on the role and strategy of *Botoh* in winning the Pilkades. The results showed that: First, the role of *Botoh* in winning the Pilkades was carried out individually and in the winning team. The relationship between the candidate for Village Head and *Botoh* is in the form of a patron-client relationship, namely a relationship based on the exchange of resources. In addition, *Botoh* acts as an intermediary between candidates for Village Head and voters. Second, the strategy used by *Botoh* in this win uses a local character-based winning strategy. The winning strategy based on the local character is a winning step taken by the candidate for the Village Head together with *Botoh* by utilizing local customs or traditions. This strategy is considered effective in capturing the voice of the community by using a local character-based approach. However, this case is interesting because there are *Botoh* members who are not natives of Parakan Village.

Keywords

Botoh; Local Character; Actor; Electoral; Winning Strategy

1. Pendahuluan

Pemilihan kepala desa menjadi gambaran wujud demokrasi asli Indonesia. Argumen Benedict Anderson dalam artikel "*The Idea of Power* dalam Budaya Jawa" salah satunya menyoroti keterkaitan budaya dan politik (Alfirdaus, 2013: 281). Perilaku orang Jawa yang tercermin dalam kehidupan budaya dan sosial, yang selanjutnya mempengaruhi cara orang Jawa memandang dan berperilaku dalam ranah politik.

Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) di Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara menggambarkan demokrasi di desa yang masih menggunakan budaya sosial berupa karakter lokal sebagai upaya pendekatan yang dilakukan oleh aktor kemenangan lokal kepada masyarakat setempat. Karakter lokal tersebut berupa nilai-nilai budaya yang terkandung dalam sosial seperti nilai gotong-royong, nilai andap-asor (merendah untuk menghormati orang lain), serta nilai kekeluargaan.

Pemerintah telah mengakomodasi Pilkades melalui Permendagri Nomor 112 tahun 2014 tentang Pemilihan Kepala Desa. Dengan dikeluarkannya peraturan tersebut, maka Negara akan menjamin penyelenggaraan Pilkades secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil, sehingga kedaulatan rakyat dalam tingkat desa dapat terwujud melalui instrumen Pilkades.

Masyarakat desa sendiri sudah sejak masa kolonial mengenal instrument demokrasi pemilihan lurah atau sebutan lain yang menunjukkan jabatan kepala pemerintahan desa (Tawakkal, 2017: 32). Perbedaan Pilkades dengan kontestasi pejabat eksekutif lain adalah, tidak hadirnya partai politik sebagai tempat bernaung para kandidat. Telah dijelaskan oleh Hasanudin (2017: 54) bahwa dinamika politik elektoral di Indonesia tidak hanya melibatkan partai politik saja, tetapi juga instrumen-instrumen non-kepartaian. Sehingga, kandidat diharuskan membangun mesin politiknya sendiri dengan segala sumber daya yang dimilikinya. Kandidat yang memiliki sumber daya yang melimpah inilah yang akan mampu berpengaruh dan memiliki kedudukan dalam masyarakat.

Memiliki sumber daya yang melimpah dan pengaruh yang besar dalam masyarakat tidak cukup untuk memenangkan seorang kandidat dalam kontestasi

politik. Segala sumber daya tersebut harus mampu diolah dengan strategi yang baik dan cara yang tepat untuk memenangkan kontestasi. Seperti yang dijelaskan Napir (2016: 150-152) strategi meliputi segala rencana dan tindakan untuk memenangkan pemilihan.

Berbicara tentang sumber daya yang tidak mampu untuk sepenuhnya dikelola oleh calon kepala desa sendiri, peran dan strategi *Botob* terhadap kemenangan dalam Pilkades tahun 2019 di Desa Parakan, Kecamatan Purwanegara, Kabupaten Banjarnegara ini memberikan harapan besar kemenangan perolehan suara bagi calon kepala desa itu sendiri. Hal ini menjadi suatu kajian yang menarik untuk digali lebih mendalam, karena *Botob* yang bukan dari orang elit politik mampu berperan dan menjalankan strategi kemenangan dalam Pilkades. Salah satu yang dapat digali dari hal ini adalah bagaimana *Botob* menjalankan peran dan melakukan strategi kemenangan Pilkades, karena Pilkades merupakan suatu wujud demokrasi lokal.

Strategi sendiri menurut Moertopo (1974: 3) merupakan keseluruhan rencana tentang tindakan dan keputusan yang bersifat intuitif, kesatuan dasar dan tujuan rencana memberikan warna atau ciri terhadap strategi tersebut. Strategi berasal dari pemikiran-pemikiran orang yang memiliki satu tujuan yang secara garis besarnya sama. Susanti et al. (2021: 209) menyebutkan ciri strategi perebutan kekuasaan di tingkat desa diantaranya ialah memanfaatkan sumber daya kemampuan pribadi, kekayaan dan jaringan kekerabatan.

Setidaknya ada tiga strategi politik yang harus dilakukan oleh seorang kandidat menurut Firmanzah (2008: 124-125), yaitu: strategi penguatan; strategi menanamkan keyakinan; dan strategi pengenalan dan merebut. Ketiga strategi tersebut dilakukan dengan tujuan utama untuk meraih kemenangan dalam kontestasi politik.

Struktur dan hierarki tim didasarkan pada pemahaman anggota tentang karakteristik pemilih dalam satu wilayah tertentu (Abbiyyu, 2020: 71). Pada konteks ini pembagian peran dan struktur yang ada dalam *Botob* mencakup Kordes (Koordinator Desa), Kordus (Koordinator Dusun atau RW), Korte (Koordinator RT), dan kepala rumah. Hal tersebut ada pada tim kemenangan Calon Kepala Desa (Cakades) nomor 1 dan

2. Berikut ini susunan pembagian peran dan struktur *Botoh* pada masing-masing Cakades. Peran ini juga mempengaruhi faktor kemenangan pada masing-masing kandidat, dimana struktur yang dibentuk untuk menjalankan peran tersebut berfungsi untuk mempermudah koordinasi bagi para *Botoh* dalam menjalankan strategi kemenangan.



Gambar 1. Skema Calon Kepala Desa bersama Tim Pemenangan (Sumber: Hasil Analisis Penelitian).

Seorang kandidat kepala desa yang membangun mesin politiknya sendiri akan menyusun jaringan besar guna memenangkan kontestasi. Jaringan tersebut diisi oleh aktor-aktor lokal yang dirasa mampu untuk membawanya pada kemenangan. Aktor lokal dalam Pilkades ini dikenal dengan sebutan *Botoh*. Fajariyah (2014: 13) menggolongkan *Botoh* sebagai sukarelawan dalam sebuah tim pemenangan. Hadirnya relawan politik dalam kontestasi elektoral begitu penting, sebab, dinilai mampu membangun basis dukungan dan kepercayaan kepada kandidat yang diusung (Alam et al., 2017: 140).

Botoh akan bekerjasama dengan kandidat kepala desa dalam merencanakan dan menjalankan strategi politik untuk kemenangan kontestasi. Hadirnya *Botoh* sendiri

dipengaruhi oleh adanya desentralisasi, dimana menurut Aspinall dan Fealy (dalam Tjahjoko, 2015: 25) adanya otonomi desa berimplikasi pada kebangkitan aktor lokal yang memanfaatkan tradisi atau adat, agama, dan budaya sebagai basis mobilisasi massa.

Munculnya *Botoh* juga tidak lepas dari keadaan sosial politik masyarakat desa. Pendekatan yang dilakukan oleh *Botoh* kepada pemilih menggunakan langkah-langkah berupa strategi berbasis karakter lokal yang khas. Hal ini menunjukkan keselarasan terhadap yang diungkapkan Wisnumurti (2012: 161-162) bahwa tumbuhnya kesadaran ideologi budaya dengan menggunakan pendekatan adat dan budaya sebagai nilai bersama, menunjukkan menguatnya sedimentasi lokalitas masyarakat tentang rasa aman dan nyaman yang awalnya berada di luar diri menjadi tercipta dan diciptakan oleh diri.

Indonesia yang terdiri dari bermacam daerah dengan karakter yang beragam, mempengaruhi cara kemenangan serta kekhasan cara berpolitik. Strategi kemenangan yang dilakukan oleh *Botoh* akan memanfaatkan kultur sosial setempat yang sudah ada sejak lampau untuk dielaborasi menjadi suatu strategi politik dalam mencari, mendapatkan dan mempertahankan basis suara sebanyak-banyaknya. Hal ini diharapkan pendekatan yang dilakukan oleh *Botoh* terhadap masyarakat (sebagai pemilih) mudah diterima.

Strategi yang dihasilkan dalam kemenangan memiliki karakteristik di setiap tim pemenangan. Karakteristik tersebut muncul sebagai suatu wujud kebiasaan masyarakat setempat. Hal ini membutuhkan pendekatan yang mudah diterima yaitu dengan melakukan strategi kemenangan elektoral berbasis karakter lokal.

Pemenangan berbasis karakter lokal adalah sebuah praktik kemenangan dimana strategi kemenangan dilakukan melalui sarana kebiasaan masyarakat. Pemenangan berbasis karakter lokal perlu diwujudkan dengan cara melibatkan aktor-aktor lokal (*Botoh*) serta langkah-langkah yang tidak menghilangkan tatanan lokalitas setempat. Dengan demikian, seperti yang dikemukakan oleh Santoso (dalam Paskarina et al., 2016: 299) bahwa proses demokratisasi haruslah berangkat dari konteks sosial budaya dan politik yang nyata.

Penelitian tentang *Botoh* di Indonesia sudah banyak ditulis dengan permasalahan yang beragam. Berikut ini

penelitian terdahulu untuk memperkaya data penelitian ini. Pertama, fenomena perjudian *Botoh* dalam Pilkades di Desa Waru Barat Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan (Fajariyah, 2014: 6). Perjudian ini menjadi suatu keuntungan materi setelah pemilihan. Selain itu, *Botoh* disini memiliki strategi pemenangan dengan mengawasi secara sembunyi-sembunyi.

Kedua, temuan penelitian dari Tulungagung terdapat tiga peran berbeda yang dapat dijalankan oleh setiap entitas, kepala desa sebagai aktivis propaganda, *Botoh* dengan peran mereka sebagai penggerak massa dan untuk mendapatkan lebih banyak suara (Darry & Permana, 2019: 3). Strategi pemenangan yang dilakukan oleh *Botoh* adalah menggunakan aktivis dakwah. Selain itu, temuan lainnya adalah adanya “korban politik” untuk memenangkan Pilkades yang didalamnya ditunjukkan dengan adanya narasi politik yang dibuat oleh jaringan *Botoh*.

Ketiga, penelitian yang dilakukan di Kudus terdapat *Botoh* yang mampu membalikkan hasil akhir perolehan suara (Hartati et al., 2019: 125). Sebelumnya, *Botoh* melakukan pemetaan suara melalui lembaga survey. Temuan lain yang sangat kuat pembahasannya dari penelitian tersebut terdapat *Botoh* yang bisa dibeli karena ia memiliki latar belakang tujuan untuk mendapat keuntungan berupa materi saja. Selanjutnya, sebagai pembeda dari penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu terletak pada fokus, dimana penelitian terdahulu hanya berfokus pada strategi pemenangan yang dilakukan oleh aktor lokal. Sedangkan fokus penelitian ini, yaitu: pertama, mengenai pemenangan elektoral berbasis karakter lokal yang melibatkan peran dan strategi dari aktor lokal. Kedua, penelitian ini dikaji menggunakan perspektif sosio-kultural serta memadukan pemenangan yang berbasis kearifan lokal untuk strategi pemenangannya serta pendalaman teori patronase.

Dari paparan pendahuluan di atas, penelitian ini hendak mengulas peran dan strategi *Botoh* dalam Pilkades di Kabupaten Banjarnegara. Untuk membatasi cakup bahasan, penelitian dilakukan dengan melakukan pengamatan dan penggalian data di Desa Parakan Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara pada tahun 2019 yang telah melakukan agenda Pilkades.

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan, ada dua hal menarik yang menjadi pertimbangan untuk melakukan penelitian di Desa Parakan. Pertama, adanya *Botoh* yang berasal dari luar desa; Kedua, *Botoh* yang dipercaya oleh kandidat kepala desa bukanlah orang yang memiliki pengaruh besar di lingkungan desa. Dua temuan tadi bisa menjadi indikasi awal terbatasnya sumberdaya manusia yang cakap untuk memobilisasi suara masyarakat (Tawakkal et al., 2020: 3).

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran rinci tentang fenomena *Botoh* dalam Pilkades dengan mempelajari semaksimal mungkin kelompok *Botoh* dan Cakades dalam kontestasi pilkades. Hasil wawancara digunakan sebagai data primer dalam penelitian ini. Topik wawancara dibatasi seputar peran dan strategi *Botoh* dalam upaya pemenangan kandidat kepala desa dengan narasumber utama *Botoh*, tim pemenangan, dan Cakades. Narasumber dari masyarakat Desa Parakan juga digunakan untuk mengonfirmasi kegiatan *Botoh* dan menjadi data pendukung yang melengkapi penelitian ini.

Perlu diketahui, Desa Parakan secara administratif terdiri dari 24 RT dan 5 Dusun (RW), merupakan salah satu desa di Kecamatan Purwanegara Kabupaten Banjarnegara yang tergolong masih tradisional namun masyarakat mulai mengenal teknologi komunikasi masa sekarang. Keterlambatan masyarakat terhadap teknologi, tidak menutup pengetahuan ilmu politik meskipun yang mereka ketahui masih tergolong klasik. Dimana masyarakat hanya melihat dan merasakan tanpa adanya upaya untuk memahami lebih lanjut tentang apa yang mereka ketahui dari politik itu. Pendidikan masyarakat yang masih rendah menjadi salah satu penyebabnya. Dapat dilihat dalam BPS (2019: 29) per-tahun 2018 tingkat Pendidikan D3/D4/S1 58 orang, SLTA 157 orang, dan SLTP 1476 orang. Disamping itu, Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pilkades Parakan tahun 2019 berjumlah 4098 orang dari 5049 orang jumlah penduduk per-tahun 2019.

Sedangkan data sekunder diambil dari dokumentasi kegiatan, foto kegiatan, dan dokumen pendukung lain dari agenda Pilkades. Selain itu penelitian ini juga

menggunakan berbagai referensi pustaka dari buku, jurnal dan peraturan lain yang akan mendukung argument serta temuan dalam penelitian ini. Penelitian dilakukan selama delapan bulan terhitung setelah pengumuman pendaftaran bakal Cakades sampai pelantikan Kades terpilih. Referensi pustaka dalam penelitian ini dibatasi dalam topik demokrasi, strategi pemenangan, marketing politik, dan politik lokal.

3. Hasil dan Pembahasan

Botoh di Desa Parakan sudah muncul sejak awal diberlakukannya Pilkades, yang kurang lebih dilaksanakan pada 1976. Dari awal terselenggaranya Pilkades, *Botoh* masih murni masyarakat Desa Parakan, baru pada Pilkades 2 periode terakhir yaitu tahun 2014 dan 2019, mulai muncul *Botoh* yang berasal dari luar desa parakan. Munculnya *Botoh* dari luar desa ini merupakan dampak modernisasi (Kartodirdjo, 1992: 203) dimana terdapat dua jaringan sosial (ke dalam dan keluar) yang dimanfaatkan oleh Cakades untuk semakin mengokohkan posisinya dalam masyarakat.

Selain dampak dari modernisasi dan keterbatasan sumberdaya manusia, munculnya *Botoh* dari luar desa disebabkan oleh mental politik masyarakat desa yang masih lemah. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat lebih menerima keuntungan berupa materi daripada keuntungan pembangunan seperti pembangunan sumber daya manusia maupun pembangunan infrastruktur yang memiliki sifat keuntungan jangka panjang. Hal ini terjadi pada saat Cakades nomor 1 memiliki visi dan misi yang mengupayakan pembangunan. Sedangkan Cakades nomor 2 (kandidat terpilih) memberikan janji membagikan tanah bengkok yang diterima kepala desa, untuk masing-masing Dusun selama masa jabatannya yang dibersamai dengan mendatangkan *Botoh* dari luar desa untuk menjaga aktivitas *Botoh* lokal.

Kelemahan mental politik ini yang menyempitkan sudut pandang masyarakat pada satu kesimpulan dangkal, bahwa seseorang yang mampu mengelola jaringan yang besar merupakan seorang yang layak menjadi pemimpin. Pemahaman ini merujuk pada pendapat Hannan dan Abdillah (2019: 12) yang menyebutkan bahwa kekuasaan tidak dimiliki, melainkan beroperasi dalam wilayah yang luas, sehingga

keberadaannya menyebar di banyak tempat dan memiliki sifat menormalisasi susunan-susunan masyarakat. Sedangkan, sejatinya pemimpin erat kaitannya dengan pencapaian tujuan pemerintahan, seperti yang diungkapkan Alaslan (2021: 5) baik dalam menggerakkan partisipasi dalam pembangunan dan terwujudnya demokrasi Pancasila secara nyata guna meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Budaya populis dalam kontestasi elektoral dalam tingkat desa juga bisa ditemukan. Masyarakat desa disini, tidak terlalu memikirkan kompetensi dan kapabilitas seorang Cakades, melainkan hanya citra yang muncul dipermukaan saja, serta citra tersebut yang dibangun dan senantiasa dikokohkan oleh jaringan besar *Botoh*.

Hall (dalam Sesen, 2015: 140) mendefinisikan perilaku peran sebagai pola perilaku yang dihasilkan oleh organisasi dengan menggabungkan karakteristiknya sendiri dan ekspektasi lingkungan. Peran, yang sebagian ditentukan oleh struktur sosial dan sebagian lagi oleh interaksi sosial, memandu perilaku individu. Individu yang dimaksud ialah *Botoh*, yang kemudian *Botoh* memengaruhi norma, harapan, dan perilaku yang terkait dengan peran yaitu dalam pemenangan elektoral.

Peran *Botoh* ditempatkan sebagai seperangkat harapan kemenangan Cakades dalam kontestasi politik yaitu Pilkades Parakan. *Botoh* menjalankan peran dan melakukan strategi pemenangan dengan menggunakan ciri atau karakter lokal setempat. Aspek tersebut merupakan bagian dari indikator peran aktor politik dan strategi pemenangan dengan basis lokal. Pola-pola yang mencirikan suatu strategi kampanye seperti adanya aktor, loyalitas, mobilisasi massa, dan meyakinkan pemilih menjadi indikator lain *Botoh* sebagai representasi strategi pemenangan tingkat desa.

Botoh mengupayakan mobilisasi massa untuk mengumpulkan suara sebanyak-banyaknya. Tugas utama yang dilakukan oleh *Botoh* adalah memastikan calon pemilih benar-benar menjadi pemilih kandidat yang diusungnya. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa satu orang *Botoh* memiliki tanggungjawab untuk mengajak sedikitnya empat orang terdekat, baik itu keluarga ataupun tetangga. Hal ini dilakukan supaya kontrol yang dilakukan *Botoh* itu sendiri dapat terfokus pada calon pemilih yang dekat dengan rumahnya.

Selain menjadi kontrol terhadap calon pemilih, masing-masing tim pemenangan menentukan pemetaan suara sementara dari jumlah calon pemilih yang berhasil diyakinkan oleh setiap *Botoh*. Dengan kata lain, *Botoh* secara tidak langsung melakukan survey yang setelahnya data ini digunakan sebagai acuan *Botoh* untuk bisa mencari, mempertahankan dan merebut suara secara maksimal.

Melihat peran penting seorang *Botoh* dalam Pilkades, tentu kita akan mengira jaringan *Botoh* diisi oleh orang-orang yang dihormati dan disegani dalam masyarakat. Namun temuan di lapangan menemukan bahwa jaringan *Botoh* rata-rata diisi oleh masyarakat biasa, dengan pekerjaan yang umum juga dalam masyarakat, seperti petani.

Meskipun diisi oleh masyarakat biasa, kapabilitas dari seorang *Botoh* tidak perlu diragukan. Mereka memiliki sifat yang tegas dan penuh ambisi dalam mensukseskan kememangan calon kepala desanya. Kedua sifat tadi digabungkan dengan keterampilan pemahaman kondisi sosial masyarakat, pembacaan taktik politik, dan pertarungan sumber daya pribadi, sehingga menjadikan seorang *Botoh* mampu memobilisasi massa dalam Pilkades. Kepandaian memobilisasi massa ini yang oleh calon kepala desa dijadikan salah satu pertimbangan dalam memilih *Botoh*.

3.1. *Botoh* dan Pola Relasi Patron-Klien

Tidak seperti pada temuan dari penelitian lainnya yang dimana untuk mencapai tujuan dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kekuatan seperti *local strongman* maupun *bossism* sebagai kontrol politik (Mahardika, 2021: 6-8). *Botoh* dalam pemilihan di Desa Parakan melakukan pendekatan kepada pemilih melalui relasi patron-klien.

Hubungan patron-klien dapat muncul karena kesamaan ideologi, kesamaan alumni, saling percaya serta sejumlah unsur budaya lokal yang menunjang munculnya budaya patron-klien seperti adanya hubungan kekerabatan, pertemanan, kesamaan suku dan budaya (Saleh, 2009: 97-102). Hubungan patron-klien pada umumnya berkenaan dengan penguasaan sumber daya yang timpang, hubungan yang pribadi, dan berdasarkan asas saling menguntungkan (Chalik, 2017: 221). Kepedulian *Botoh* terhadap calon yang diusungnya,

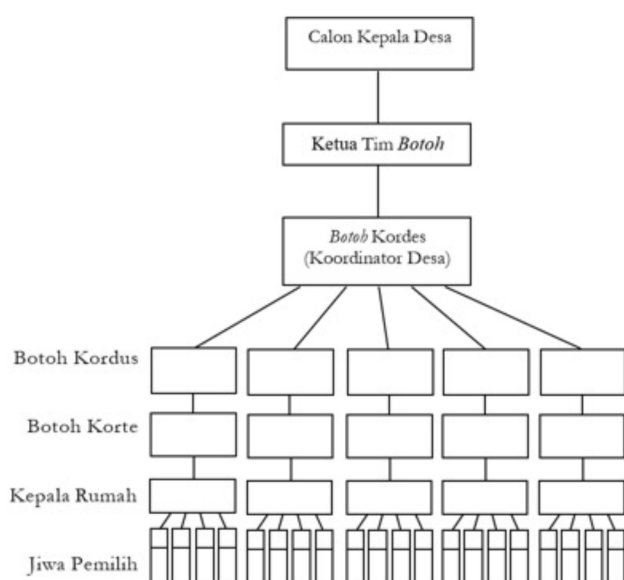
bagaimanapun ia tidak lepas dari memikirkan investasi sosial (Akbar, 2019: 6). Seperti halnya kehadiran *Botoh* dalam pemenangan Pilkades di Desa Parakan didasari oleh hubungan yang sebelumnya sudah terjalin dengan Cakades yaitu atas dasar hubungan kekerabatan dan pertemanan.

Hubungan kekerabatan dan pertemanan memang lazim ditemui dalam penyusunan tim pemenangan. Tawakkal et al. (2020: 9) menyebutkan bahwa keluarga dalam tim pemenangan bisa merujuk pada struktur tatanan keluarga besar yang merujuk pada hubungan garis nasab dan perkawinan. Sedang jika ditemukan keterbatasan keluarga besar, saluran pertemanan akan digunakan untuk membentuk tim pemenangan. Hal tersebut menjadi latar belakang antara *Botoh* dan Cakades yang kemudian membangun hubungan yang kuat untuk tujuan pemenangan Pilkades.

Botoh memposisikan dirinya sebagai patron untuk menghegemoni masyarakat melalui pemberian, serta menaati regulasi dan prosedur demokrasi yang diatur oleh pemerintah (Tjahjoko, 2015: 193). Terdapat dua ruang gerak *Botoh*, yaitu *Botoh* bergerak secara individu dan *Botoh* bergerak dalam tim pemenangan. Tim pemenangan ini merupakan gabungan dari *Botoh* yang terorganisasi dalam garis koordinasi yang rapi. Jika dilihat menggunakan tipologi pelaku identitas lokal yang disebutkan oleh Sjaf (2014: 49-51), jaringan *Botoh* ini bekerja sebagai aktor individu, aktor kelompok, dan aktor struktur komunikatif.

Untuk mempermudah dalam melakukan interaksi, *Botoh* melakukan interaksi dengan pemilih melalui strategi multi-level yang didalamnya meringankan aktivitas *Botoh* untuk menguasai wilayah persebaran dan memperkuat jaringan yang dibuat oleh *Botoh* sebagai siasat mengantongi suara sebanyak-banyaknya. Dari strategi ini pula berhasil membentuk suatu kelompok sosial yang di dalamnya terdapat jaringan komunikasi paten serta menjadi rantai sosial yang saling terikat dari orang-orang yang ada di dalamnya (Sukmana, 2016: 159). Langkah yang dilakukan oleh *Botoh* dalam memperkuat jaringan yaitu dengan memanfaatkan jaringan paten yang sudah ada, jaringan tersebut berupa wilayah administratif yang ada di desa. *Botoh-botoh* menyebar disetiap rumah, RT, dan Dusun yang telah ditentukan (lihat Gambar 2).

Melalui [Gambar 2](#), dapat diambil kesimpulan, bahwa pola koordinasi yang terjadi terpusat pada ketua tim *Botoh* yang merupakan perpanjangan tangan dari Cakades. Pola koordinasi tersebut kemudian semakin menyebar hingga tataran *Botoh* RT yang kemudian memiliki otonomi dalam melaksanakan tugasnya untuk mendulang banyak suara.



Gambar 2. Struktur *Botoh* (Sumber: Hasil Analisis Penelitian).

Kesuksesan *Botoh* dalam memobilisasi massa tentu sangat bergantung pada kiat-kiat yang dilakukan oleh *Botoh*. Tidak jarang *Botoh* keluar dari arahan tim pemenangan dan menggunakan caranya sendiri supaya ia dapat memperoleh massa guna mendukung dan memilih Cakades yang didukung. Tindakan ini dilakukan *Botoh* guna mendapatkan orientasi baik untuk pemilih, diri sendiri maupun Cakades. Orientasi yang dimaksud seperti yang dipaparkan oleh Parson dan Shils (dalam [Martono, 2016: 355](#)) bahwa budaya politik mengandung tiga komponen objek, yaitu: (1) orientasi kognitif, merupakan orientasi yang berupa pengetahuan dan kepercayaan; (2) orientasi afektif, meliputi perasaan terhadap sistem politik, peranannya, para aktor dan penampilannya; dan (3) orientasi evaluatif yaitu keputusan dan pendapat mengenai objek-objek politik yang secara tipikal melibatkan standar nilai dan kriteria dengan informasi perasaan.

Secara tidak langsung *Botoh* menjadi agen dan terlibat dalam meningkatkan jumlah partisipasi pemilih. Terlebih ketika Pilkades Parakan tahun 2019, terdapat *Botoh* dan masyarakat domisili Desa Parakan yang merelakan dirinya cuti dari pekerjaan yang berada di luar kota bahkan luar Pulau Jawa untuk turut serta mensukseskan kemenangan kandidat yang didukungnya. Hal itu dapat mengungkapkan bahwa jaringan komunikasi ([Sukmana, 2016: 159](#)) yang dijalin begitu kuat serta membuat *Botoh* tetap pada pendirian mereka meskipun resiko yang dihadapinya bukan sebatas main-main belaka.

3.2. Strategi Pemenangan

Strategi pemenangan yang dilakukan oleh *Botoh* merupakan hasil dari kolaborasi pemikiran yang dilakukan bersama tim pemenangan, namun pada saat praktek di lapangan, *Botoh* melakukan tindakan berdasar inisiasinya sendiri. Berdasar hal tersebut, strategi pemenangan yang dilakukan oleh *Botoh* dalam Pilkades di Desa Parakan memiliki ciri atau karakter yang berbeda. Karakter tersebut berasal dari pemanfaatan ciri lokal yang sudah melekat kemudian diolah sedemikian rupa menjadi suatu strategi pemenangan dengan basis lokal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, bergabungnya *Botoh* dalam tim pemenangan bermula dari permintaan Cakades dengan cara menemui orang-orang yang dipercaya mampu membantu memenangkan Pilkades. Sebelum Cakades melakukan pendaftaran ke Panitia Pemilihan Kepala (PPK), terlebih dahulu Cakades menemui orang-orang yang akan dijadikan tim inti. Setelah Cakades ini resmi tercatat, akan diikuti dengan bergabungnya orang-orang menjadi *Botoh* dengan cara yang beragam seperti mendapat ajakan dari teman, ditemui oleh Cakades secara langsung, atau atas dorongan dari.

Pilkades Parakan tahun 2019 menjadi kontestasi politik desa yang bersaing sangat ketat. Temuan di lapangan menunjukkan aktivitas *Botoh* yang berkecimpung mengupayakan Cakades yang didukungnya bisa memenangkan kontestasi. Persaingan terjadi karena terdapat dua karakteristik yang melatarbelakangi Cakades ini saling bertentangan. Satu Cakades menginginkan kemandirian dengan mengoptimalkan sumber daya masyarakat desa,

sedangkan satu Cakades yang lainnya menggunakan kekuatan dari luar desa untuk memobilisasi massa. Selain itu, aktivitas premanisme juga tidak dapat dipungkiri turut mengawal persebaran *Botob*.

Botob yang dihadirkan dari luar desa digunakan oleh tim pemenangan Cakades untuk menjaga dan mengawasi perjalanan *Botob* lokal yang tengah menjalankan strateginya. Akibat dari pengawasan yang sedemikian rupa, *Botob* dari tim lawan tidak dapat memasuki wilayah yang sedang diawasi tersebut.

Botob, sebagai aktor pemenangan mencoba merefleksikan habitus Bourdieu dalam strategi pemenangannya dimana segala tindakan dipengaruhi oleh struktur identitas etnik dan pengalaman pribadi aktor (Sjaf, 2014: 157-158). Untuk mencapai tujuan strategi pemenangan dalam Pilkades Parakan, *Botob* melakukan strategi melalui suatu ciri atau karakter lokal yang disebut dengan nama *ngendong*, *jagongan*, dan *ngaton*.

Penggunaan kata *ngendong*, *jagongan*, dan *ngaton* sudah bukan lagi bahasa yang asing bagi masyarakat Desa Parakan menjelang Pilkades. Secara umum, kata tersebut diambil dari bahasa lokal setempat, namun menjadi memiliki arti yang lebih kompleks ketika digunakan pada waktu tertentu, orang tertentu, dan tempat tertentu. Berikut ini istilah yang digunakan *Botob* dalam pemenangan sebagai suatu wujud dari pemanfaatan karakter lokal.

Pertama, *ngendong* berasal dari Bahasa Jawa artinya berkunjung atau bersilaturahmi. Dalam strategi pemenangan, *ngendong* memiliki makna berbeda dari yang sebenarnya, dimana *ngendong* merupakan aktivitas *Botob* untuk *mengunjungi* rumah-rumah masyarakat desa (calon pemilih) untuk menarik suara pemilih supaya berpihak pada calon kepala desa yang diusungnya.

Botob menjalankan strategi *gendong* di lingkungan RT/RW domisilinya sendiri. Biasanya *Botob* bergerak sendirian, namun untuk memperkuat pendapat yang akan disampaikan kepada calon pemilih maka tidak jarang *Botob* mengajak rekannya atau mengajak orang yang dituakan (*Kesepuhan*) yang ada di lingkungan tersebut.

Kesepuhan bukan *Botob* tapi memiliki kecenderungan memihak pada salah satu kandidat. Sebelumnya kandidat

ini sudah berkunjung dengan menyampaikan “mohon doa restu” ke rumah *Kesepuhan* sebelum menyerahkan kepercayaan mobilisasi massa kepada *Botob*. Sehingga, mudah bagi *Botob* untuk *mindoni* atau melakukan komunikasi yang kedua kali dengan *Kesepuhan* yang berkaitan dengan pemenangan pemilihan. *Kesepuhan* yang diikutsertakan *ngendong* oleh *Botob* selain untuk memperkuat pendapat, juga untuk mendapatkan perlindungan, mendapatkan transfer sumber daya, dan untuk mendapatkan dukungan.

Strategi *ngendong* ini sebagai media mobilisasi massa dimana *Botob* membutuhkan komunikasi dengan kepala keluarga di rumah tersebut. Komunikasi yang disampaikan oleh *Botob* ialah berupa visi dan misi dari Cakades yang diusungnya. Gaya bahasa yang digunakan *Botob* dalam berkomunikasi dengan pemilih, menggunakan bahasa komunikasi yang santai terkesan ringan dan bukan dengan cara formal yang kaku, sehingga pemilih mudah menerima meskipun di dalam isi komunikasi yang disampaikan tidak terlepas dari penekanan “*nyuwun tulung sanget supados direwangi milih*” (mohon bantuannya untuk dibantu memilih).

Selain itu, narasumber dalam wawancara mengakui bahwa mobilisasi massa melalui *ngendong*, lebih efektif daripada melalui media sosial. Hal ini dikarenakan masyarakat desa tidak semua memiliki alat komunikasi elektronik dan juga masyarakat masih lebih menyukai cara-cara tradisional. Pengguna serta akses media sosial sebagian besar dari kalangan pemilih pemula dan ini tentu belum memenuhi sasaran *Botob* secara umum.

Selain itu, *ngendong* menjadi salah satu strategi yang sangat efektif karena sudah terbukti dari masa ke masa saat Pilkades. Dimana kandidat yang unggul dalam perolehan suara ialah yang berhasil mengoptimalkan strategi ini untuk memobilisasi massa. Sedangkan kandidat yang kalah dikarenakan *Botob* kurang mampu dalam menguasai wilayah yang sudah dipetakan sendiri. *Botob* dari kandidat terpilih (nomor 2), mereka masif melakukan *ngendong*. Sedangkan untuk *Botob* dari kandidat yang kalah (nomor 1), mereka kurang masif dalam *ngendong*. Hal tersebut dikarenakan adanya keterlibatan *Botob* dari luar desa yang digunakan oleh kandidat nomor 2 untuk mengawasi pergerakan *Botob* lain.

Kedua, *jagongan* berasal dari Bahasa Jawa artinya “duduk santai bersama lebih dari dua orang” atau “duduk menggerombol”. *Jagongan* biasa dilakukan pada waktu sore hari sebelum matahari terbenam di lingkungan luar rumah, di *angkruk* (kursi panjang yang terbuat dari bambu yang diletakkan di tempat umum sebagai sarana kebiasaan orang desa yang bersantai bersama-sama di sore hari), dekat persimpangan jalan, dan tempat strategis lainnya. *Botob* dalam *jagongan* ini berperan menjadi mata-mata (informan) pemilih dengan melakukan penyamaran bahwa dirinya bukan *Botob*.



Gambar 3. Tempat Pemungutan Suara (TPS) Pilkades Parakan tahun 2019, panggung tempat Calon Kepala Desa ada di belakang atau lurus dengan pintu keluar dengan menghadap ke arah TPS (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019).

Untuk melakukan pendekatan dengan pemilih, tidak semua *Botob* secara terang-terangan menyampaikan maksud serta tujuannya dihadapan pemilih. Terdapat *Botob* yang diperuntukan menjalankan tugas istimewa. *Botob* tersebut tidak menampakkan bahwa dirinya adalah seorang *Botob* yang sedang mencari suara. Tujuan *Botob* dalam hal ini adalah untuk memetakan suara pemilih.

Forum *jagongan* ini menjadi tempat ajang diskusi. Di satu sisi mendatangkan opini dari pendukung dan di sisi yang lainnya menguak opini dari bukan pendukung. Maka dari itu secara tidak langsung terisi dengan ajakan atau saling mengajak untuk mendukung salah satu kandidat. *Botob* sangat terbantu dalam situasi ini, dimana ia hanya perlu membaur tanpa harus menjadi pemantik. Selain itu, segala macam hal informasi yang disampaikan oleh pemilih lebih bebas dan terbuka. Karena, disini calon pemilih tidak merasa diawasi oleh siapapun.

Ketiga, *ngaton* artinya memperlihatkan diri kepada banyak orang. *Ngaton* yang dilakukan oleh *Botob* terdapat dua tahapan:

- Pertama, *Botob* menjemput, mengawal, dan mengantar Cakades ke Tempat Pemungutan Suara (TPS) yang dalam hal tersebut *Botob* menunjukkan dirinya (*ngaton*) benar-benar bersama Cakades yang diusungnya sebagai upaya meyakinkan pemilih secara visual. Pada pagi hari, *Botob* datang menuju rumah kandidat untuk membantu persiapan guna mewujudkan strategi kemenangan di hari terakhir melaksanakan strategi kemenangan. Perjalanan kandidat menuju tempat pemilihan tentu tidak luput dari pengawasan ketat dari para *Botob* beserta pendukungnya. Setelah kandidat sampai di TPS, *Botob* mengantar hingga ke panggung tempat Cakades ditempatkan sambil menunggu hingga pemungutan suara ditutup dan perhitungan suara selesai.
- Kedua, *Botob* menyebar ke seluruh penjuru TPS untuk menunjukkan bahwa dirinya (*Botob*) hadir untuk Cakades. Pengawasan yang dilakukan *Botob* merupakan langkah yang dilakukan untuk memastikan bahwa pelaksanaan Pilkades tetap kondusif. Menjadi suatu hal yang sangat tidak diharapkan apabila terjadi kecurangan sehingga merugikan perolehan suara bagi kandidat yang diusung oleh masing-masing *Botob*. Selanjutnya, pengamatan yang dilakukan oleh *Botob* terhadap *Botob* dari kandidat lawan juga merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan, karena hasil perolehan suara Pilkades di Desa Parakan sebagian besar berasal dari kerja keras dalam mobilisasi suara yang dilakukan oleh *Botob* terhadap pemilih.

Selanjutnya, usaha *ngaton* yang dilakukan *Botob* di hadapan calon pemilih dimaksudkan untuk menunjukkan kepada para calon pemilih bahwa *Botob* yang datang ke rumah mereka adalah benar-benar setia mendukung kandidat yang sudah disebutkan sejak awal. Rata-rata *Botob* sudah menemui calon pemilih di rumah mereka masing-masing. Jika calon pemilih melihat *Botob* yang pernah mengunjunginya, maka secara tidak langsung menjadi pengingat bahwa *Botob* yang dilihat pernah menyampaikan nama kandidat yang didukung tersebut.

Strategi *ngaton* membutuhkan koordinasi *Botob* yang teratur. Untuk memperkuat pengawasan, *Botob* dibagi dalam beberapa titik, yang pertama, *Botob* Korte

(Koordinator Tingkat RT) membaaur bersama antrean calon pemilih. Disamping itu, beberapa *Botoh* Korte membagikan air minum gratis kepada calon pemilih. Menariknya, *Botoh* mampu membaca dan memanfaatkan situasi ini. Antrean panjang para calon pemilih dibawah terik panas matahari, mampu dicairkan oleh tawaran *Botoh* untuk menerima air mineral. Hal tersebut berdasarkan hasil analisis dari foto dokumentasi (lihat Gambar 4).



Gambar 4. Suasana TPS disertai pemberian air minum oleh *Botoh* kepada calon pemilih yang sedang antre dalam menunggu giliran mengambil hak suara (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019).

Jika diperhatikan, strategi yang digunakan oleh *Botoh* dalam mendapatkan suara selalu berkaitan dengan proses interaksi dan hubungan sosial. Dalam proses interaksi yang dilakukan oleh *Botoh*, sesungguhnya kesepakatan-kesepakatan antar dua pihak sedang dibangun. Proses berinteraksi dan berhubungan sosial tanpa kita sadari memang bertujuan untuk membangun kesepakatan-kesepakatan yang berbeda untuk kemudian menjadi satu kesepakatan mengikat (Agusyanto, 2012: 43). Kemudian dari kesepakatan tersebut rentetan pembicaraan yang bertujuan menguatkan (Ardiansyah et al., 2018: 2) pendapat akan dibangun dan pertahankan guna mencapai tujuan kemenangan.

Strategi pemenangan yang diciptakan *Botoh* adalah untuk menganalisa kekuatan atau potensi suara yang dapat diraih dan melakukan pendekatan terhadap pemilih. Hal tersebut seperti yang di sebutkan Firmanzah (2008: 123) bahwa identifikasi perlu dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pemilihan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih. *Botoh* melakukan identifikasi ini melalui aktivitas

jagongan. Seperti yang dimaksudkan oleh tim pemenangan bahwa jagongan merupakan suatu strategi untuk memetakan suara pemilih. Selain itu, jagongan yang dilakukan merupakan penyamaran *Botoh* dengan menjadi informan atau mata-mata pemilih, maka langkah tersebut turut menjadi acuan dalam menyusun strategi pemenangan selanjutnya.

Aktivitas *Botoh* yang berupa *ngendong* dan *ngaton* mengandung beberapa konsep strategi politik seperti yang disebutkan oleh Firmanzah (2008: 124-125), yaitu: strategi penguatan; strategi menanamkan keyakinan; strategi pengenalan dan merebut. Pertama, strategi penguatan merupakan cara *Botoh* untuk membangun, mempertahankan dan memperkuat ikatan yang baik antara pemilih, *Botoh*, dan Cakades yang diusungnya. Strategi penguatan dilakukan melalui *ngendong* sebagai ruang untuk melakukan komunikasi dengan pemilih dan *ngaton* sebagai aktivitas yang berupaya mengingatkan pemilih pada hari pelaksanaan Pilkadaes.

Kedua, strategi menanamkan keyakinan merupakan langkah *Botoh* yang harus dilakukan untuk meyakinkan pemilih supaya tetap yakin untuk memilih calon kepala desa yang diusung *Botoh*. *Botoh* membangun, memupuk dan menanamkan keyakinan yang kuat pada pemilih untuk mendukung Cakades yang diusung *Botoh* dengan melalui *ngendong* sebagai metode pendekatan dan *ngaton* digunakan untuk menampakkan keseriusan bahwa *Botoh* benar-benar hadir untuk mendukung calon yang diusungnya.

Ketiga, strategi pengenalan dan merebut adalah cara *Botoh* untuk memperkenalkan dan mengambil alih suara pemilih atas keberpihakan dari calon lainnya. Strategi ini lebih terarah menggunakan strategi *ngendong*, dimana membutuhkan komunikasi mendalam untuk membangun kesan positif pemilih terhadap calon yang sedang ditawarkan oleh *Botoh*. Bagaimanapun, penciptaan rasa harmonis dilalui oleh *Botoh* dalam melakukan pendekatan pada pemilih.

Gambar 5 menunjukkan hasil rekapitulasi suara pada Pilkadaes Parakan tahun 2019. Cakades nomor urut 1 mendapatkan perolehan suara 1.427, dan Cakades nomor urut 2 mendapatkan perolehan suara 1.558. Terdapat pula suara tidak sah berjumlah 39. Di samping itu, Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pilkadaes Parakan tahun 2019 berjumlah 4098 orang. Hal ini menunjukkan

partisipasi politik masyarakat cukup tinggi, serta keberhasilan *Botoh* dan Cakades yang bertarung ketat dalam mengumpulkan suara terjawab dalam selisih yang tidak banyak.

NO. URUT	NAMA CALON KEPALA DESA	KEL. 1	KEL. 2	KEL. 3	KEL. 4	KEL. 5	Jumlah
1.	BUDHENDONG	303	25	689	217	223	1457
2.	WIRGO	179	489	514	427	149	1558
							3015
							-101

Gambar 5. Rekapitulasi Hasil Penghitungan Suara Pilkades Parakan Tahun 2019 (Sumber: Dokumentasi Penulis).

4. Kesimpulan

Peran *Botoh* dalam kemenangan dilakukan secara individu dan dalam tim kemenangan. Hubungan antara Cakades dengan *Botoh* berupa hubungan Patron-Klien, yaitu hubungan yang berlandaskan pada pertukaran sumber daya. Selain itu, *Botoh* berperan sebagai perantara (*middleman*) bagi Cakades dengan pemilih. Dalam hal ini, *Botoh* merupakan relawan yang melakukan aktivitas atau kegiatan untuk mendukung Cakades tertentu secara sukarela dalam Pemilihan. Di Desa Parakan, *Botoh* merupakan sebutan bagi orang bukan elit politik yang berperan sebagai aktor kemenangan dalam Pilkades dengan cara menjalankan strategi kemenangan dengan bergerak secara individu dan dalam tim kemenangan. *Botoh* muncul dalam Pilkades tidak lepas dari keadaan sosial politik masyarakat.

Strategi yang dilakukan *Botoh* dalam kemenangan di Pilkades ialah menggunakan strategi kemenangan berbasis karakter lokal. Strategi kemenangan berbasis karakter lokal merupakan langkah kemenangan yang dilakukan oleh calon kepala desa bersama aktor politik setempat (*Botoh*) yang mendukungnya dengan memanfaatkan kebiasaan atau tradisi lokal sebagai alatnya untuk mencapai kemenangan pada masa pemilihan. Secara umum, tujuan *Botoh* dalam Pilkades adalah untuk membantu Cakades mendapatkan suara

sebanyak-banyaknya. Untuk mencapai tujuan strategi kemenangan dalam Pilkades di Desa Parakan, *Botoh* melakukan strategi melalui suatu ciri atau karakter lokal yang disebut dengan nama *ngendong*, *jagongan*, dan *ngaton*. *Ngendong* dan *ngaton* digunakan sebagai alat untuk menjalankan strategi penguatan, strategi menanamkan keyakinan, strategi pengenalan dan merebut. Sedangkan *jagongan* sebagai alat identifikasi potensi suara yang akan diperoleh pada saat pemilihan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang diperlukan terhadap pemilih.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Pemerintah Desa Parakan, Panitia Pilkades Parakan tahun 2019, semua narasumber yang telah bersedia memberikan informasi, serta Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Politik UNNES dan pihak lain yang telah memberikan masukan dalam penulisan ini.

Referensi

- Abbiyyu, M. D. (2020). Role of the Botoh as Political Brokers and Gamblers during the Tulungagung Local Election of 2018. *Jurnal Politik*, 6(1), 67–88. [Crossref](#) | [Google Scholar](#)
- Agusyanto, R. (2012). Dukungan Politik dan Jaringan Komunikasi Sosial Kasus Pemilihan Kepala Daerah Banjarbaru, Kalimantan Selatan. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 1(1), 41–54. [Google Scholar](#)
- Akbar, M. F. I. (2019). *Peran Botoh dalam Pemilihan Kepala Desa: Studi Konflik Politik Kepala Desa Sotabar, Kecamatan Pasean, Kabupaten Pamekasan*. Universitas Airlangga. [Google Scholar](#)
- Alam, U. M., Arditama, E., & Seftyono, C. (2017). Relawan: Dari Gerakan Sosial ke Proyek Politik. Ladiqi et al. (ed.). *Religion, State and Society: Exploration of Southeast Asia*, 140–151. [Google Scholar](#)
- Alaslan, A. (2021). Kemampuan Pemerintah Desa dan Pelaksanaan Tugas Administrasi Pemerintahan. [Google Scholar](#)
- Alfirdaus, L. K. (2013). Islam and Local Politics: In the Quest of Kyai, Politics, and Development in Kebumen, 2008–2010. *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies*, 51(2), 279–309. [Crossref](#) | [Google Scholar](#)
- Ardiansyah, A., Cangara, H., & Unde, A. A. (2018). Kepala Desa dan Kearifan Lokal Studi Tentang Kemampuan Para Calon Kepala Desa dalam Menjalin Komunikasi Sosial dengan Warga Pada Pilkades di Tiga Desa Kabupaten Majene. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–6. [Crossref](#) | [Google Scholar](#)
- BPS. (2019). Kecamatan Purwanegara dalam Angka 2019. *Badan Pusat Statistik*. Retrieved from <https://banjarnegarakab.bps.go.id/publication/2019/09/26/aa8fc97b9c5b7f4a91bba7ec/kecamatan-purwanegara-dalam-angka-2019.html>.
- Chalik, A. (2017). *Pertarungan Elit Dalam Politik Lokal*. Pustaka Pelajar. [Google Scholar](#)
- Darry, M., & Permana, P. (2019). *The Role of Political Broker: The Utilization of Botoh and Head of Villages on 2018's General Election of Tulungagung*. European Alliance for Innovation. [Crossref](#) | [Google Scholar](#)
- Fajariyah, T. S. (2014). *Peran Botoh dalam Proses Pemilihan Kepala Desa (Studi Kasus di Desa Waru Barat Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan)*. Universitas Muhammadiyah Malang Institutional Repository. [Google Scholar](#)
- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. [Google Scholar](#)

- Hannan, A., & Abdillah, K. (2019). Hegemoni Religio-Kekuasaan dan Transformasi Sosial: Mobilisasi Jaringan Kekuasaan dan Keagamaan Kyai dalam Dinamika Sosio-Kultural Masyarakat. *Sosial Budaya*, 16(1), 9–24. [Crossref](#) | [Google Scholar](#)
- Hartati, A., Nafisa, A. Y., & Hidayanti, T. T. (2019). Botoh dalam Pilkada: Studi Pola Kerja Dan Transformasi Botoh dalam Pilkada Kudus 2018. *Jurnal PolGov*, 1(1), 121–156. [Crossref](#) | [Google Scholar](#)
- Hasanudin, S. (2017). Mekanisme Religio-Politik Pesantren: Mobilisasi Jaringan Hamida dalam Politik Elektoral Tasikmalaya. *MASYARAKAT: Jurnal Sosiologi*, 53–80. [Crossref](#) | [Google Scholar](#)
- Kartodirdjo, S. (1992). *Pesta Demokrasi Pedesaan (Studi Kasus Pemilihan Kepala Desa di Jawa Tengah dan DIY)*. Adityaa Media. [Google Scholar](#)
- Mahardika, R. (2021). Warok Pendekar Penghenti Money Politics: Peran Jejaring Warok dalam Kontestasi Politik di Tingkat Lokal (Studi Kasus Pilkada Serentak 2020 di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal PolGov*, 3(2), 1–52. [Google Scholar](#)
- Martono, N. (2016). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Rajawali Pers. [Google Scholar](#)
- Moertopo, A. (1974). *Strategi Politik Nasional*. Centre for Strategic and International Studies. [Google Scholar](#)
- Napir, S. (2016). Strategi kemenangan Fahmi Massiara-Lukman dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2015 di Kabupaten Majene. *The POLITICS: Jurnal Magister Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*, 2(2), 147–159. [Google Scholar](#)
- Paskarina, C., Asiah, M., & Madung, O. G. (2016). *Berebut Kontrol atas Kesejahteraan: Kasus-Kasus Politisasi Demokrasi di Tingkat Lokal*. PolGov. [Google Scholar](#)
- Saleh, K. A. (2009). *Sistem birokrasi Pemerintahan di Daerah: dalam Bayang-Bayang Budaya Patron-Klien*. Alumnus. [Google Scholar](#)
- Sesen, E. (2015). Role Theory And Its Usefulness In Public Relations. *European Journal of Business and Social Sciences*, 4(1), 136–143. [Google Scholar](#)
- Sjaf, S. (2014). *Politik Etnik: Dinamika Lokal di Kendari*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. [Google Scholar](#)
- Sukmana, O. (2016). *Konsep dan Teori Gerakan Sosial*. Intrans Publishing. [Google Scholar](#)
- Susanti, M. H., Setiajidi, & Anandha. (2021). The Dynamics of Local Democracy on Simultaneous Election in Semarang District. *6th International Conference on Education & Social Sciences (ICESS 2021)*, 208–212. [Crossref](#) | [Google Scholar](#)
- Tawakkal, G. T. I. (2017). Gapit: Jaringan Mobilisasi Suara di Pilkada. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 2(1), 30–45. [Crossref](#) | [Google Scholar](#)
- Tawakkal, G. T. I., Damayanti, R., Subekti, T., Garner, A. D., & Seitz, T. R. (2020). Jejaring Sosial dalam Pembentukan Tim Sukses Mandiri di Pemilu DPRD Kabupaten 2019. *JWP (Jurnal Wacana Politik)*, 5(1), 1–14. [Crossref](#) | [Google Scholar](#)
- Tjahjoko, G. T. (2015). Politik Ambivalensi: Nalar Elite di Balik Pemenangan Pilkada. *PolGov*, 1. [Google Scholar](#)
- Wisnumurti, A. A. G. O. (2012). *Relasi Kuasa Penguatan Demokrasi Lokal di Bali*. Udayana University Press. [Google Scholar](#)
- Yuningsih, N. Y., & Subekti, V. S. (2016). Demokrasi dalam pemilihan kepala desa? studi kasus desa dengan tipologi tradisional, transisional, dan modern di provinsi Jawa Barat tahun 2008-2013. *Jurnal Politik*, 1(2), 231–261. [Crossref](#) | [Google Scholar](#)