

**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**

Ardiansyah¹, Hafied Cangara², Andi Alimuddin Unde³

1Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Hasanuddin

2Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Hasanuddin

3Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasanuddin

ABSTRAK

Pemilihan kepala desa (pilkades) kini dianggap sebagai arena demokrasi yang paling nyata di desa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Kemampuan para calon kepala desa dalam menjalin komunikasi sosial dengan warga pada pilkades di tiga desa Kabupaten Majene. (2) Bentuk komunikasi sosial yang dilakukan oleh para calon kepala desa dalam menggalang warga untuk memilih kandidat pada pilkades di tiga desa Kabupaten Majene dan (3) faktor-faktor yang menjadi pendorong/penarik para warga dalam menentukan pilihan kepala desa di tiga desa Kabupaten Majene. Penelitian ini dilaksanakan di tiga Desa Kabupaten Majene. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif. yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis data deskriptif. Penentuan informan menggunakan teknik Purposive Sampling, dengan jumlah informan sebanyak tiga puluh dua orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pada Pilkades mempunyai kemampuan yang hampir sama dalam berkomunikasi sosial dengan warga dalam membangun konsep diri, untuk kelangsungan hidup, aktualisasi diri. (2) Bentuk komunikasi sosial yang dilakukan para calon kepala desa di tiga desa dalam menggalang warga untuk memilih kandidat pada Pilkades hampir sama yaitu dengan menggunakan komunikasi interpersonal dan (3) Faktor-faktor yang menjadi pendorong warga dalam menentukan pilihan kepala desa yaitu Janji Calon Kepala Desa, Kearifan lokal yang dimiliki oleh seorang calon kepala desa, aspek keuangan dan keluarga

Kata Kunci: *Komunikasi sosial, kepala desa, kearifan lokal.*

ABSTRACT

Election of village heads (Pilkades) is now considered a democratic arena of the most noticeable in the village. This study aims to determine (1) the ability of the candidates for village heads in establishing social communication with citizens at the elections and in three villages Majene district. (2) The form of social communication carried out by the prospective village heads in rallying citizens to vote for candidates in the elections and in three villages Majene and (3) factors that become the driving / towing the residents in determining the selection of village heads in three villages Majene , This research was conducted in three village Majene district. The method used in this research is qualitative. obtained through interview, observation and documentation and then analyzed using descriptive data analysis. Determination of informants using purposive sampling technique, with the number of informants as much as thirty-two people. The results showed that (1) the Pilkades have the same ability to communicate with citizens in building social self-concept, for survival, self-actualization. (2) The form of social communication carried the prospective village heads in three villages in rallying citizens to vote for candidates on Pilkades almost the same with the use of interpersonal communication and (3) factors that drives citizens in determining the selection of village heads that promise Candidates Head villages, local knowledge possessed by a candidate for village head, the financial aspects and family.

Keywords: *social communication, the village head, local wisdom.*

Pendahuluan

Indonesia merupakan Negara yang menganut sistem demokrasi. Negara yang berdasarkan demokrasi, akan mendapatkan kedaulatan rakyat yang dilakukan melalui proses pemilihan umum. Dalam suatu daerah perdesaan, terdapat suatu pemilu terkecil yaitu Pemilihan Kepala Desa yang sering disingkat dengan Pilkades mungkin bukan istilah yang asing lagi untuk saat ini. Sebagai wadah untuk menampung aspirasi politik masyarakat sekaligus sarana pergantian atau kelanjutan pemerintahan desa, pilkades diharapkan mampu memenuhi keinginan dan harapan masyarakat desa tertentu, untuk mengangkat calon yang layak sebagai kepala desa. Menurut Dede Mariana (2008:62). Kepala Desa dipilih berdasarkan asas langsung, umum, bebas dan rahasia oleh penduduk desa warga Negara Indonesia yang telah berumur sekurang-kurangnya 17 tahun atau telah/pernah kawin. Pemilihan kepala desa (pilkades) kini dianggap sebagai arena demokrasi yang paling nyata di desa. Dalam pilkades terjadi kompetisi yang bebas, partisipasi masyarakat, pemilihan secara langsung dengan prinsip one man one vote. Pilkades sebagai sarana demokrasi masyarakat pedesaan, merupakan wujud kegiatan formal dalam proses pengakuan dan kepercayaan masyarakat terhadap sang pemimpin atau calon kepala desa.

Pemilihan Kepala Desa pada Kabupaten Majene yang dilaksanakan bertahap pada semua desa di kabupaten Majene pada tahun 2011 dan tahun 2016. Di dalam proses pemilihan kepala desa, untuk mencari dan mempertahankan kekuasaan, seseorang calon kepala desa beserta kader-kadernya pasti akan menggunakan berbagai cara supaya tujuannya terpenuhi. Kelompok elite yang ingin mendapatkan kekuasaan akan berusaha dengan berbagai cara untuk menarik simpati dan kemudian mengorganisir kekuatan kelompok massa untuk menjadi pendukung mereka. Masyarakat pemilih merupakan salah satu komponen penting dalam kegiatan pilkades, di mana tiap-tiap orang memiliki kebebasan

dalam menentukan salah seorang yang bakal dipercaya untuk menjadi pemimpin mereka. Sedangkan bagi calon kades, masyarakat pemilih merupakan massa pendukung yang akan ia rangkul untuk memenangkan pemilihan. Melalui komunikasi calon kepala desa melakukan komunikasi dengan masyarakat pemilih. Book, 1980 dalam Cangara (2014). Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antarsesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu. Dalam hal ini komunikasi sosial dinilai paling efektif dalam kegiatan untuk mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku warga desa, sehingga komunikasi sosial yang baik dapat digunakan sebagai sarana mengumpulkan massa guna memenangkan pemilihan kepala desa. Menurut Astrid (1985). “Komunikasi sosial adalah suatu kegiatan komunikasi yang lebih diarahkan kepada pencapaian suatu integrasi sosial”.

Berbagai usaha dilakukan oleh para calon kepala desa dalam membina hubungan baik dengan masyarakat. Kemenangan seorang kandidat kades atau kompetitor sangat ditentukan oleh dukungan suara individu dalam proses pemilihan, tetapi dukungan itu tidak bisa lepas dari basis komunal, baik yang terkait dengan kekerabatan (keluarga), teman dan tetangga. Kekerabatan semakin tampak dan solid bila salah satu anggotanya tampil menjadi calon kades. Energi akan mereka kerahkan untuk memberikan dukungan calon kades itu.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kemampuan para calon kepala desa dalam menjalin komunikasi sosial dengan warga pada pilkades di tiga desa di kabupaten Majene, bentuk komunikasi sosial yang dilakukan oleh para calon kepala desa dalam menggalang warga untuk memilih kandidat pada pilkades di tiga desa di kabupaten Majene, dan faktor-faktor yang menjadi pendorong/penarik para warga

dalam menentukan pilihan kepala desa di tiga desa di kabupaten Majene.

BAHAN DAN METODE

Lokasi dan Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Majene Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif.

Informan Penelitian

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2008), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Informan dalam penelitian ini berjumlah 32 (tiga puluh dua) orang yaitu Camat Banggae (1 orang), Camat Sendana (1 orang), Kepala Desa Pamboborang (1 orang), Kepala Desa Limbua (1 orang), Kepala desa Lalattedong (1 orang), Kepala dusun desa Pamboborang (3 orang), Kepala dusun desa Limbua (3 orang), Kepala dusun desa Lalattedong (3 orang), pemuka agama desa Pamboborang (1 orang), pemuka agama desa Limbua (1 orang), pemuka agama desa Lalattedong (1 orang), Guru (6 orang), dan anggota masyarakat (9 orang).

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh diolah dan analisis secara kualitatif melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data (Miles & Huberman, 1992).

HASIL

Kemampuan Menjalin Komunikasi Sosial Dengan Warga

Pilkades sebagai ajang konsolidasi politik di tingkat desa memberi pendidikan politik yang mencerdaskan. Warga secara terbuka dihadapkan dengan bakal calon atau calon pemimpinya. Pilkades adalah tahapan

kampanye dimana masing-masing calon kepala desa berlomba-lomba memperkenalkan diri, memberikan janji-janji, melakukan pendekatan dengan masyarakat desa, dan beberapa pendekatan lainnya melalui proses komunikasi baik dilakukan secara langsung oleh calon kepala desa maupun oleh tim suksesnya. Dalam suatu kampanye pemilihan kepala desa, setiap calon kepala desa yang bertarung diperkenankan untuk memperkenalkan diri, menyampaikan visi dan misinya dalam program pembangunan desa dan melakukan upaya untuk memenangkan pemilihan kepala desa sesuai dengan yang digariskan dalam peraturan perundang-undangan. Dengan komunikasi yang tepat dan efektif, diharapkan seseorang mampu menampilkan dirinya dalam masa kampanye tersebut untuk menarik simpati masyarakat desa. Dalam upaya menarik simpati massa tersebut diperlukan strategi komunikasi yang tepat yaitu menjalin komunikasi sosial dengan warga.

Berdasarkan pada hasil wawancara dengan para informan dapat dianalisis bahwa pada tiga desa proses komunikasi sosial yang digunakan oleh tiga kepala desa dengan menggunakan konsep diri dan aktualisasi diri. yaitu aktualisasi diri bahwa orang yang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Eksis di setiap acara kemasyarakatan dan keagamaan. Ketika kita berbicara, kita sebenarnya mengatakan kalau kita itu ada. komunikasi verbal dengan cukup luwes dengan masyarakat dan dapat meyakinkan masyarakat kalau beliau mampu menjadi kepala desa. Sesuai dengan asumsi teori komunikasi persuasif bahwa persuasi didefinisikan sebagai “perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain”. Pembicaraan persuasif mengetengahkan pembicaraan yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi dan menyodorkan informasi kepada khalayak. Akan tetapi tujuan pokoknya adalah menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat dan himbauan

motivasional bersifat memperkuat tujuan persuasifnya.

Bentuk Komunikasi Sosial yang dilakukan para calon kepala desa dalam menggalang warga untuk memilih kandidat pada PILKADES

Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi ditemukan bahwa pada tiga desa yaitu desa Pamboborang, desa Limbua dan desa Lalattedong, bentuk komunikasi sosial yang dilakukan para calon kepala desa dalam menggalang warga untuk memilih kandidat pada Pilkades hampir sama yaitu menggunakan komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok. Dalam komunikasi interpersonal, calon kepala desa menyapa warga pada acara kemasyarakatan dan keagamaan. Dalam komunikasi kelompok, para calon kepala desa mengumpulkan beberapa warga di tempat – tempat tertentu untuk mensosialisasikan kampanye dengan menyampaikan visi misi dan janji- janjinya untuk menarik simpati warga

Faktor pendorong / penarik warga menentukan pilihan

Dalam suatu kampanye pemilihan desa, setiap calon kepala desa yang bertarung memperkenalkan diri, menyampaikan visi dan misinya untuk menarik simpati warganya. Pemilihan Kepala Desa secara langsung oleh warga desa dan memilih calon-calon yang juga dari desa yang sama maka keinginan untuk terwujudnya pemerintahan yang baik dan berkualitas akan dapat tercapai. Akan tetapi kenyataan yang terjadi tidak demikian, warga yang diharapkan dalam memilih Calon Kepala Desa menggunakan rasionalitas berpikir kini telah luntur dan dalam memilih lebih dikarenakan faktor-faktor yang lain diantaranya karena dijanjikan sesuatu atau bahkan memilih karena diberikan imbalan yang berkaitan dengan materi. Berdasarkan hasil wawancara, faktor-faktor pendorong warga dalam menentukan pilihannya yaitu janji-janji kepala desa, kearifan lokal yang dimilikinya, keluarga calon kepala desa dan faktor keuangan. Faktor keuangan yang

dimaksud di sini adalah bantuan yang diberikan kepada warga pada saat pencalonan kepala desa.

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa kemampuan kepala desa dalam menjalin komunikasi sosial dengan warga mempengaruhi potensi calon kepala desa tersebut. Melalui komunikasi sosial kita bisa berkerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, guru, pemuka agama dan anggota masyarakat) untuk mencapai tujuan bersama. Kemampuan komunikasi sosial adalah kecakapan setiap individu dalam berhubungan antar manusia baik individu maupun kelompok. Dalam melakukan sosialisasi, melakukan komunikasi verbal dengan cukup luwes dengan masyarakat dan dapat meyakinkan masyarakat kalau beliau mampu menjadi kepala desa. Sesuai dengan asumsi teori komunikasi persuasif bahwa persuasi didefinisikan sebagai “perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain” (Olson & Zanna, 1993). Pembicaraan persuasif mengetengahkan pembicaraan yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi dan menyodorkan informasi kepada khalayak. Akan tetapi tujuan pokoknya adalah menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat dan himbuan motivasional bersifat memperkuat tujuan persuasifnya. Dalam berkomunikasi dengan warga terdapat proses saling mengenal antara satu dengan yang lainnya. Hal ini sesuai dengan teori penetrasi sosial. Menurut Altman dan Taylor (1973), bahwa dalam proses penetrasi sosial menjelaskan tahapan hubungan dimana individu-individu bergerak dari komunikasi supervisial menuju komunikasi yang lebih intim. konsep dalam komunikasi sosial yaitu pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain. Konsep diri kita yang paling dini umumnya

dipengaruhi oleh keluarga, dan orang dekat lainnya disekitar kita, termasuk kerabat. Mereka itulah yang disebut *significant others*. salah satu konsep dalam komunikasi sosial yaitu aktualisasi diri bahwa orang yang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Eksis di setiap acara kemasyarakatan dan keagamaan. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepatnya eksistensi diri. Sesuai frasa filosof Prancis Rene Descartes (1596-1650) yang terkenal itu Cogito Ergo Sum (“saya berpikir, maka saya ada”) menjadi “Saya berbicara, maka saya ada”. Bila kita berdiam diri, orang lain akan memperlakukan kita seolah-olah kita tidak eksis. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat pada para calon kepala desa pada saat sosialisasi pemilihan kepala desa. Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lain dan hubungannya menimbulkan Interaksi sosial. Komunikasi sosial sejajar dengan komunikasi manusia (human communication) yang di dalamnya terdapat proses komunikasi yang melibatkan antar individu kelompok dan organisasi salah satu bentuk komunikasi sosial.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Dua bentuk dalam komunikasi sosial yaitu komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok. Menurut Devito dalam Effendy (2003), komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera. Dalam komunikasi interpersonal, setiap partisipan menggunakan semua elemen dari proses komunikasi. Misalnya, masing-masing pihak akan membicarakan latar belakang dan pengalaman masing-masing dalam percakapan tersebut. Teori pertukaran sosial yang dikembangkan oleh Thibaut dan Kelley ini memiliki asumsi bahwa orang akan secara sukarela memasuki

dan tinggal dalam suatu interaksi sosial dengan mempertimbangkan konsekuensi yang terjadi yaitu untung rugi. Pada dasarnya, dalam membangun sebuah interaksi sosial yang memungkinkan individu untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh. Komunikasi kelompok merupakan proses komunikasi di mana ada sekumpulan dua orang atau lebih yang mempunyai tujuan bersama yang berintraksi satu sama lain dan menganggap mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Meskipun setiap anggota memilih peran berbeda. Menurut Sendjaja (2004), mengartikan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki seperti sebagai informasi pemeliharaan diri pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menimbulkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

Adapun faktor-faktor yang menjadi pendorong / penarik warga masyarakat diantaranya adalah janji-janji yang dijanjikan calon kepala desa kepada warganya, kearifan lokal yang dimiliki oleh calon kepala desa, keuangan dan keluarga. Menurut Sibarani (2012) juga dijelaskan bahwa kearifan lokal adalah kebijaksanaan atau pengetahuan asli suatu masyarakat yang berasal dari nilai luhur tradisi budaya untuk mengatur tatanan kehidupan masyarakat. Kearifan lokal menjadi kecenderungan umum masyarakat Indonesia yang telah menerima otonomi daerah sebagai pilihan politik terbaik. Membangkitkan nilai-nilai daerah untuk kepentingan pembangunan menjadi sangat bermakna bagi perjuangan daerah untuk mencapai prestasi terbaik. Kearifan lokal sebagai alat atau cara mendorong pembangunan daerah sesuai daya dukung daerah dalam menyelesaikan masalah-masalah daerahnya secara bermartabat. Biaya atau bantuan yang dikeluarkan oleh calon kepala desa dapat menarik simpati warga dalam memilih kepala desa. Keluarga merupakan salah satu faktor yang membantu dalam keberhasilan para calon kepala desa.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis pada pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa para calon kepala desa di Desa Pamboborang, Limbua dan Lalatedong dalam menjalin komunikasi sosial dengan warga pada Pilkades mempunyai kemampuan yang hampir sama dalam berkomunikasi sosial dengan warga dalam membangun konsep diri, untuk kelangsungan hidup, aktualisasi diri, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Dalam menarik simpatik warga melakukan komunikasi persuasif. Persuasif merupakan usaha untuk mengubah sikap melalui penggunaan pesan, berfokus pada karakteristik komunikator dan pendengar. Dan bentuk komunikasi sosial yang dilakukan para calon kepala desa di tiga desa dalam menggalang warga untuk memilih kandidat pada Pilkades hampir sama yaitu dengan menggunakan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terkandung dalam tatap muka dan saling mempengaruhi, mendengarkan, menyampaikan pernyataan, keterbukaan, kepekaan yang merupakan cara paling efektif dalam mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang dengan efek umpan balik secara langsung. Selanjutnya faktor-faktor yang menjadi pendorong warga dalam menentukan pilihan kepala desa yaitu Janji Calon Kepala Desa : janji-janji itu sendiri sudah tertuang dalam visi dan misi yang disampaikan pada saat pencalonan, Kearifan lokal yang dimiliki oleh seorang calon kepala desa, Keuangan : bantuan yang diberikan pada saat pecalonan, keluarga : melalui persaudaraan serta jaringan keluarga yang membantu dalam pencalonan kepala desa. Setiap elemen komunikasi sosial dalam pemilihan kepala desa ini sangat menarik untuk dikaji. Penulis menyarankan bahwa akan sangat lengkap jika ada yang mengkaji lebih spesifik di pesan, media ataupun efek komunikasi. Peneliti kesulitan

untuk mendapatkan data desa di Kantor – kantor kepala desa. Data yang diperoleh merupakan data olahan peneliti. Tesis ini akan lebih lengkap jika data desa sehingga bisa diamati dan dikaji secara ilmiah. Pemilihan kepala desa akan segera dilakukan, bisa diteliti lebih jauh apakah ada faktor lain yang menjadi pendukung dalam warga memilih kepala desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Altman. I & Taylor. D, (1973), *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationship*, Jold. Rinehart & Winston, New York
- Astrid S. Susanto. (1985). *Komunikasi sosial di Indonesia*. Bina Cipta. Bandung
- Cangara, Hafied. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Mariana, Dede & Paskarina, Caroline. (2008). *Demokrasi & Politik Desentralisasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Miles B.B. & Huberman A.M. (1992). *Analisa Data Kualitatif*. UI Press Jakarta. Jakarta
- Olson, J.M, and M.P. Zanna (1993). Attitudes and Attitude Change Annual Review of Psychology, 44:117-154.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. (2004). *Teori Komunikasi*. Universitas Terbuka, Jakarta.
- Sibarani, Robert (2012). *Kearifan Lokal : Hakikat, Peran dan Metode Tradisi Lisan*. Asosiasi Tradisi Lisan. Jakarta.
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Bisnis Cetakan kedua belas*. Alfabeta. Bandung