

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi Konsep

2.1.1. Konsep Strategi

Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian sebuah tujuan. Biasanya strategi diidentikkan dengan bidang militer yaitu strategi dalam peperangan. Dengan demikian, strategi tidak hanya digunakan dalam bidang militer, tetapi telah meluas keberbagai aspek kehidupan. Jadi, strategi adalah cara melaksanakan sebuah politik nasional dalam mencapai sasaran dan tujuan yang ditetapkan oleh politik nasional.

Pengertian strategi menurut Siagian (2004:57), strategi adalah serangkaian keputusan dan Tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Secara umum strategi didefinisikan sebagai suatu cara untuk mencapai tujuan. Pada awalnya strategi merupakan cara untuk menang dalam suatu kemenangan.

Menurut Mulyana (2007:23), bahwa strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan. Amir (2012:114), mendefinisikan bahwa strategi adalah cara-cara untuk menjalankan misi dan meraih visi. Nawawi mengatakan bahwa strategi diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis.

Menurut Firmanzah (2008:109)

“strategi politik adalah suatu pendekatan komunikasi politik perlu dilakukan oleh para kontestan atau bakal calon perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, massa mengambang dan pendukung kontestan atau calon lainnya. Identifikasi ini dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara

yang akan diperoleh pada saat pemilihan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih. Strategi perlu dipikirkan oleh setiap kandidat karena pesaing atau lawan juga secara intens melakukan upaya-upaya untuk memenangkan persaingan politik. Di pihak lain, kedekatan ideologis juga menjadi sebuah persaingan politik. Di pihak lain, kedekatan ideologis juga menjadi sebuah kekuatan untuk menarik pemilih ke dalam bilik suara dan mencoblos kontestan yang mempunyai ideologi yang sama. Pemilih ini biasanya tidak terlalu memperdulikan mengenai program kerja atau visi dan misi yang ditawarkan oleh kontestan.”

Strategi Menurut Chandler (1962:13) Strategi adalah tujuan jangka Panjang perusahaan, serta penyalagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Clausewitz dalam Arifin (2003:161) menyatakan bahwa pengertian strategi adalah pengetahuan tentang penggunaan pertempuran untuk memenangkan peperangan. Menurut Kenneth R. Andrews, strategi merupakan suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan. Morrisey dalam Nimmo (2005:121) juga menyebutkan bahwa strategi adalah proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa dan pasarnya di masa depan.

Strategi adalah pendekatan secara seluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip

pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi adalah berasal dari Bahasa Yunani yaitu *strategia* yang artinya seni atau ilmu menjadi seorang jenderal.

Strategi politik perlu dilakukan oleh para kontestan untuk dapat memenangkan pilkada, para kontestan perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, massa mengambang dan pendukung kontestan lainnya. (Firmanzah 2008:109).

Menurut Firmanzah strategi pertama adalah pengelolaan atau sosialisasi bakalcalon. Perlu ditekankan untuk menggaet pemilih adalah dengan *problem-solving*, memberikan solusi-solusi nyata terhadap permasalahan di suatu daerah. Masyarakat akan memilih suatu gagasan, *track record* yang dimiliki oleh calon. Kedua adalah pendekatan, untuk mendapatkan dukungan partai politik.

Menyamakan ideologi terhadap beberapa partai, atau mendekati pemilih yang partai berideologi sama, seperti kesamaan agama, organisasi, ataupun suku dan ras. Ketiga adalah komunikasi, menanamkan keyakinan terhadap pemilih (*kampanye*). Kontestan politik perlu melihat karakteristik pemilihnya, apa bila pemilih lebih melihat aspek rasional, proses keyakinan dilakukan secara *argumentative* dan dilandaskan pada penyediaan data dan informasi yang dipercaya. Aspek berpikir logis yang bersifat *problem-solving* perlu dikomunikasikan kepada pemilih. Keempat adalah penguatan atau komitmen, dibutuhkan dalam hubungan antara pendukung kontestan. Hal ini perlu dilakukan agar ikatan baik diantara mereka yang bersifat rasional maupun emosional tetap dijaga. Sangat diharapkan ikatan antara partai politik dengan konstituen menjadi

semakin tinggi. Strategi penguatan ini dilakukan agar ikatan diantara pendukung tidak lemah. Juga menyiapkan perencanaan yang matang sebagai kontestan. Mulai dari awal hingga akhir, termasuk penyediaan badan hukum untukantisipasi kecurangan ataupun sengketa pemilihan.

2.1.2. Konsep Politik

Pada umumnya dapat dikatakan bahwa politik (*politics*) adalah usaha untuk menentukan peraturan-peraturan yang dapat diterima baik oleh Sebagian besar warga, untuk membawa masyarakat ke arah kehidupan Bersama yang harmonis. Usaha menggapai *the good life* ini menyangkut bermacam-macam kegiatan antara lain menyangkut proses penentuan tujuan dari sistem, serta cara-cara melaksanakan tujuan itu. Masyarakat mengambil keputusan mengenai apakah yang menjadi tujuan dari sistem politik itu dan hal ini menyangkut pilihan antara beberapa alternatif serta urutan prioritas dari tujuan-tujuan yang telah ditemukan itu, budiardjo (2008:15).

Pengertian politik secara umum adalah sebuah tahapan untuk membentuk atau membangun posisi-posisi kekuasaan didalam masyarakat yang berguna sebagai pengambil keputusan-keputusan yang terkait dengan kondisi masyarakat atau Tindakan dari suatu masalah dari masyarakat atau negara. Politik (dari Bahasa Yunani: Politikos, yaitu berarti dari, untuk, atau yang berkaitan dengan warga negara), adalah proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam negara. Pengertian ini merupakan upaya penggabungan antara berbagai definisi yang berbeda mengenai hakikat politik yang dikenal dalam ilmu politik.

Politik adalah seni dan ilmu untuk meraih kekuasaan secara konstitusional maupun nonkonstitusional pengambilan keputusan (*decisions making*) mengenai apakah yang terjadi menjadi tujuan dari system politik itu menyangkut seleksi antara beberapa alternatif dan penyusunan skala prioritas dari tujuan-tujuan yang telah dipilih itu.

Menurut Rod Hague et al (dalam Budiardjo 2008:16): “Politik adalah kegiatan yang menyangkut cara bagaimana kelompok-kelompok mencapai keputusan-keputusan yang bersifat kolektif dan mengikat melalui usaha untuk mendamaikan perbedaan-perbedaan di antara anggota-anggotanya (*Politics is the activity by which groups reach binding decisions through attempting to reconcile differences among their members*).”

Menurut Andrew Heywood: dalam Budiardjo (2008:16) “Politik adalah kegiatan suatu bangsa yang bertujuan untuk membuat, mempertahankan, dan mengamandemen peraturan-peraturan umum yang mengatur kehidupannya, yang berarti tidak dapat terlepas dari gejala konflik dan kerja sama (*Politics is the activity through which a people make, preserve and amend the general rules under which they live and as such is inextricably linked to the phenomenon of conflict and cooperation*).”

Pengertian politik apa bila dilihat dari kepentingan penggunaannya ada dua, yaitu pengertian politik dalam arti kepentingan umum dan pengertian politik dalam arti kebijaksanaan. Pengertian politik dalam arti kepentingan umum berarti segala usaha demi kepentingan umum baik itu yang ada dibawah kekuasaan negara maupun pada daerah. Sedangkan pengertian politik secara singkat atau sederhana

adalah teori, metode atau teknik dalam memengaruhi orang sipil atau individu. Politik juga merupakan tingkatan suatu kelompok atau individu yang membicarakan mengenai hal-hal yang terjadi didalam masyarakat atau negara.

Karena itulah,bisa dikatakan bahwa definisi politik adalah sebuah perilaku atau kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mewujudkan segala macam kebijakan dalam tatanan Negara agar dapat merealisasikan cita-cita dan tujuan Negara sesungguhnya, sehingga mampu membangun dalam membentuk Negara sesuai aturan agar kebahagiaan Bersama masyarakat dalam sebuah Negara tersebut bisa atau lebih mudah tercapai. Jika membicarakan politik, maka erat kaitannya dengan negara, kekuasaan, pengambilan keputusan, kebijakan umum, hingga distribusi kemakmuran.

2.1.3. Konsep Strategi Politik

Strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian sebuah tujuan. Biasanya strategi diidentikkan dengan bidang militer yaitu strategi dalam peperangan. Dengan demikian, strategi tidak hanya digunakan dalam bidang militer, tetapi telah meluasa ke berbagai aspek kehidupan. Jadi, strategi adalah cara melaksanakan sebuah politik nasional dalam mencapai sasaran dan tujuan yang ditetapkan oleh politik nasional.

Sedangkan politik berasal dari Bahasa Yunani Politeia, yang berasal dari akar kata *polis* yang berarti kesatuan urusan. Politik merupakan rangkaian asas, prinsip, keadaan, jalan, cara dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu yang dikehendaki. *Politics* dan *Policy* mempunyai hubungan yang erat. *Politics* memberikan jalan, asas, arah dan medannya sedangkan *policy* memberikan pertimbangan cara pelaksanaan asas, jalan dan arah tersebut.

Strategi politik adalah asas, Haluan, usaha serta kebijaksanaan Negara tentang pembinaan (perencanaan, pengembangan,, pemeliharaan dan pengendalian) serta penggunaan kekuatan nasional untuk mencapai tujuan nasional. Dalam kata lain, strategi politik juga bisa diartikan sebagai seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai tujuannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan (Hidayat, 2001:1). Sedangkan menurut Schroder dalam Pito (2006:196-197) strategi merupakan upaya untuk mempertahankan mayoritas pemerintah, seperti partai akan memelihara pemilih tetap mereka dan memperkuat pemahaman para pemilih musiman sebelumnya terhadap situasi yang berlangsung.

Menurut Rod Hague et al dalam Budiardjo (2008:16): “Politik adalah kegiatan yang menyangkut cara bagaimana kelompok-kelompok mencapai keputusan-keputusan yang bersifat kolektif dan mengikat melalui usaha untuk mendamaikan perbedaan-perbedaan di antara anggota-anggotanya (*Politics is the activity by which groups reach binding collective decisions through attempting to reconcile differences among their members*).”

Beaufre dalam Nimmo (2005:123) menyebutkan bahwa “strategi politik diartikan sebagai seni yang menggunakan semua kekuatan untuk mencapai semua tujuan-tujuan yang ditetapkan oleh politik dan diartikan juga sebagai keseluruhan keputusan-keputusan kondisional yang menetapkan tindakan-tindakan yang harus dijalankan guna menghadapi setiap keadaan yang mungkin terjadi di masa depan”.

Menurut Firmanzah (2007:123) mengatakan bahwa strategi politik adalah suatu pendekatan komunikasi politik perlu dilakukan oleh para kontestan atau bakal

calon pemilu untuk dapat memenangkan pemilu. Para kontestan atau bakal calon perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, masa mengambang dan pendukung kontestan atau bakal calon yang lainnya. Identifikasi ini perlu dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pemilihan atau pencoblosan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang perlu strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih. Strategi perlu diperkirakan oleh setiap kontestan atau bakal calon karena pesaing juga intens melakukan upaya-upaya untuk memenangkan dalam persaingan politik. Di pihak lain kedekatan ideologis juga menjadi kekuatan untuk menarik pemilih kedalam bilik suara dan mencontreng atau mencoblos calon yang mempunyai ideologis yang sama, pemilih ini biasanya tidak mementingkan program atau visi dan misi dari kontestan atau calon yang akan maju pada pemilihan umum.

Duverger (1996:310) dalam bukunya *sosiologi politik* mengatakan bahwa: di dalam pertempuran politik, seperti di dalam pertempuran-pertempuran semua orang harus berlaku sesuai dengan antisipasi bukan hanya dengan serangan akan tetapi juga tentang jawaban-jawaban lawannya dan alat-alat untuk menyelesaikannya. Unsur-unsur yang berbeda di dalamnya jawaban melawan musuh dan jawaban terhadap reaksinya merupakan taktik.

Strategi dalam politik adalah suatu mekanisme bagaimana seseorang atau kelompok dengan ide politik yang dipahaminya, mampu memenangkan suatu pertarungan politik disaat banyak orang yang berkepentingan menghendaki hal yang sama, ide politik tentu saja akan menciptakan perbedaan antara masyarakat yang menjadi pendukung ide tersebut, dan dalam setiap keadaan pasti ada pihak

yang dirugikan dan diuntungkan, karna hasil dari satu keputusan politik akan melahirkan perubahan ataupun kondisi yang sama disaat status quo yang memennagkan pertarungan itu, oleh karena itu setiap ide/pemikiran pasti memiliki pendukung dan penentang.

Komunikasi merupakan upaya membangun pencitraan dan Gerakan politik yang baik. Terdapat beberapa tahapan yang perlu dilalui guna membangun komunikasi yang baik (strategi komunikasi, yaitu:

1. Mendengarkan, beraksi (berdiskusi), dan menanggapi
2. Mengungkapkan kebutuhan dan keinginan
3. Memberikan informasi sebaik mungkin
4. Persuasive
5. Negosiasi

Menurut Schroder (2008:76) penyampaian informasi perlu memperhatikan beberapa hal, yaitu:

1. Penyampaian informasi harus steril dari indikasi adanya orang luar atau hal-hal yang dapat mengganggu (tingkat keamanan).
2. Berapa jumlah tim yang menerima informasi dan seberapa jauh jangkauan informasi dapat disampaikan.
3. Seberapa cepat umpan balik (feedback) yang diterima dari tingkat terendah sampai ke tingkat tertinggi.
4. Berapa biaya yang diperlukan dalam penyampaian informasi.

2.1.4 Perencanaan Konseptual Strategi Politik

Sistematika 10 langkah strategi politik yaitu:

a. Merumuskan Misi

Perumusan menjabarkan hal apa saja yang perlu direncanakan secara strategi. Hal ini harus mencakup tiga elemen yakni tujuan secara keseluruhan yang menguraikan posisi yang ingin kita capai melalui perencanaan strategi tersebut, alasan pentingnya pencapaian tujuan secara keseluruhan dan kerangka waktu (kurun waktu) dimana keseluruhan tujuan harus dicapai.

Dalam sebuah strategi politik, misi dapat diartikan persetujuan atas sesuai posisi tertentu, partisipasi dalam suatu tugas tertentu, dipilih sebagai kandidat. Dalam sebuah perencanaan karir politik, misi harus menyatakan untuk siapa strategi itu direncanakan. Dengan demikian misi dapat menetapkan suatu kerangka atau Batasan.

Misi harus mengidentifikasi jangka waktu, hingga kapan keseluruhan sasaran harus dicapai, dan misi tidak boleh dirumuskan secara terlalu optimis sehingga menjadi realistis.

b. Penilaian Situsional dan Evaluasi

Analisis situasi dan evaluasi membahas fakta-fakta yang dikumpulkan, yang dikelompokkan ke dalam kekuatan dan kelemahan serta perkiraan kemungkinan keberhasilan yang terealisasi.

1) Pengumpulan Fakta

Pengumpulan fakta berarti pengumpulan fakta-fakta internal dan eksternal yang relevan. Fakta internal adalah fakta yang menyangkut organisasi sendiri. Fakta eksternal adalah fakta yang menyangkut para pekerja atau lingkungan di mana akan direalisasikan. Pembatasan antara fakta internal dan eksternal tidak terlalu mudah, tapi pembatasan dilakukan sebelum proses pengumpulan fakta dimulai, untuk menghindari munculnya kesalahpahaman. Fakta kompetitor atau pesaing adalah fakta yang berasal dari organisasi-organisasi, yang merupakan pesaing langsung dari organisasi kita sendiri. Fakta lingkungan adalah fakta yang berasal dari masyarakat yang akan dijalankan.

2) Mengidentifikasi Kekuatan dan Kelemahan

Fakta-fakta telah terkumpul, secara sistematis digolongkan dan ditimbang berdasarkan kadar relevansi, ukuran, kepentingan dan urgensi. Setiap fakta diteliti untuk menentukan apakah fakta-fakta tersebut mendukung atau justru mengganggu pelaksanaan. Apabila sebuah fakta mendukung, fakta ini menjadi kekuatan. Sebaliknya, apabila mengganggu pelaksanaan, ia akan menjadi kelemahan.

3) Analisa Kekuatan dan Kelemahan

Kekuatan dan kelemahan sudah diketahui, maka keduanya harus dievaluasi. Setelah mengelompokkan mereka berdasarkan kadar kepentingan, perlu untuk menetapkan apakah kita memiliki pengaruh terhadap kelemahan-kelemahan tersebut dalam arti dapat mengeliminir atau setidaknya menguranginya. Dalam menganalisa dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan kita, yang diperhadapkan dengan pesaing atau lawan dalam konteks perencanaan strategi politik dan mengamati lingkungan eksternal.

4) Umpan-Balik (*Feedback*)

Setelah menganalisa kekuatan dan kelemahan, Langkah berikutnya adalah menentukan apakah dapat dicapai dalam kurun waktu yang telah ditetapkan. Apabila analisa kekuatan dan kelemahan menunjukkan bahwa ada keuntungan strategis yang jelas sehingga kemenangan pasti dapat diperoleh, dan kelemahan cukup dapat dilindungi, maka tersebut memiliki kemungkinan untuk dapat dicapai.

c. Perumusan Sub-Strategi

Sementara Langkah penilaian situasional lebih menyibukkan diri dengan keadaan dan situasi masa lalu, fokus kita harus bergerak maju ke depan untuk perumusan sub-strategi. Langkah-langkahnya sebagai berikut menyusun tugas-tugas, merumuskan strategi dan mengevaluasi strategi. Apabila penilaian situasional sudah selesai, menjadi jelas sesuatu yang telah dirumuskan akan dijalankan atau masih perlu direvisi.

1) Menyusun Tugas-Tugas

Berdasarkan Analisa kekuatan dan kelemahan, lahirlah tugas-tugas yang harus diselesaikan. Tugas-tugas tersebut adalah meneliti kelemahan kita yang harus dieliminir, memberikan pertahanan dengan cara menutupi, mengalihkan perhatian yang harus dibangun, setelah itu menelaah kekuatan kita untuk menyerang lawan dan jika lawan menunjukkan kelemahan yang tidak berhubungan dengan kekuatan kita, maka kita harus membangun kekuatan ini.

2) Merumuskan Strategi

Pertama-tama harus memilih isu-isu yang diperjelaskan dengan pesaing atau lawan. Isu-isu ini hendaknya berupa isu atau argument yang membawa keuntungan yang jelas. Lingkungan di mana sebuah isu dijalankan memainkan peranan yang penting dalam penentuan isu dan memusatkan kekuatan serta semua penyerangan hanya satu isu dalam waktu tertentu saja.

3) Mengevaluasi Strategi

Masing-masing strategi yang dipilih untuk menyelesaikan tugas haruslah saling melengkapi. Mereka harus saling cocok, baik di tingkat sub-sub strategi maupun dalam strategi menyeluruh. Karena itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap strategi-strategi yang dipilih setelah strategi itu dirumuskan.

d. Perumusan Sasaran

Setelah sasaran diputuskan, tanggung jawab untuk memindahkan strategi ke unit-unit taktis, dan diimplementasikan melalui pembagian tugas. Strategi telah di tetapkan, maka pendekatan untuk memanfaatkan kekuatan terhadap kelemahan lawan dan untuk memecahkan kelemahan sendiri juga ditetapkan. Tujuan harus menggambarkan keadaan pada akhir sebuah proses dalam jangka waktu tertentu. Tujuan ini harus dapat dicapai dan tidak boleh menjadi ilusi belaka. Tujuan sudah dirumuskan, masing-masing strategi harus direalisasikan dan dijalankan. Tujuan ini masing-masing harus dibagi ke dalam unit taktis yang bertanggung jawab untuk pencapaian tujuan. Karena itu, kuantitas, kualitas, jangka waktu dan tanggung jawab harus ditetapkan setelah tujuan dirumuskan.

e. Target Image

Strategi untuk kegiatan kehumasan atau Public Relations (PR) dirumuskan dan diimplementasikan di tingkat “PR”, setelah keputusan mengenai “citra yang diinginkan” (target image) ditetapkan. Target image melukiskan citra yang diharapkan, yang hendak dicapai setelah dijalankannya rangkaian pekerjaan kehumasan yang panjang dalam kelompok target. Target image ditentukan oleh keputusan strategi mengenai perumusan tugas dan pilihan-pilihan yang berkaitan dengan isu, gaya, jenis konfrontasi dan orang-orang yang diperhitungkan.

f. Kelompok-kelompok Target

Kelompok target adalah kelompok-kelompok masyarakat atau organisasi mereka yang penting untuk pencapaian misi. Kelompok ini perlu didekati dalam waktu yang telah ditetapkan. Kelompok ini diidentifikasi dengan menginterpretasikan keputusan strategis, khususnya tujuan taktis, dan melalui Analisa citra yang diinginkan (target image). Apabila kelompok target telah didefinisikan, fondasi untuk implementasi strategi yang komunikatif ditetapkan. Fondasi ini melengkapi dengan pesan kelompok target dan instrument-instrumen kunci.

g. Pesan Kelompok Target

Kelompok target yang telah dibahas diatas membutuhkan informasi-informasi tertentu berdasarkan keputusan strategi yang telah diambil sebelumnya untuk memungkinkan bereaksi sesuai dengan napa yang telah direncanakan secara strategis. Informasi ini dapat dikomunikasikan secara

khusus dengan masing-masing kelompok target, dan tidak untuk semua kelompok target yang ada. Perlu diperhatikan bahwa pesan yang diterima masing-masing kelompok target tidak boleh saling bertentangan. Perluasan pesan kelompok target merupakan instrument yang kerap digunakan pada tahap akhir masa kampanye, untuk memberikan janji tertentu kepada kelompok pemilih tertentu.

h. Instrument-instrumen Strategi

Pemilihan instrument kunci terutama berkaitan dengan aksi-aksi dan alat komunikasi yang akan digunakan. Instrument-instrumen dan aksi ini disesuaikan secara khusus bagi kelompok target. Untuk itu ada syarat bahwa kelompok yang dijadikan kelompok target telah dikenali terlebih dahulu, karena setiap kelompok target hanya diarah melalui pendekatan atau komunikasi tertentu. Pemilihan instrument-instrumen kunci yang akan digunakan sekaligus menghasilkan keputusan-keputusan penting yang berhubungan dengan sumber daya untuk mengimplementasikan strategi politik serta efektifitas kampanye.

i. Implementasi Strategi

Dalam mengimplementasikan strategi, factor manusia dan factor operasional perlu diperhitungkan. Sebelum implementasi strategi dilakukan terlebih dahulu perlu diambil keputusan mengenai tujuan taktis, perumusan citra yang diinginkan, identifikasi kelompok target, pesan kelompok target dan instrument kunci. Setelah itu baru lah peraturan untuk implementasi strategi perlu ditetapkan. Dalam mengimplementasikan strategi politik, factor manusia menjadi signifikan untuk tiga aspek yaitu pimpinan politik, pimpinan partai

yang bekerja penuh dan anggota partai yang bekerja paruh waktu atau sukarelawan. Hubungan antara ketiga pihak ini, kuantitas, kualitas, Pendidikan, motivasi dan etika merupakan syarat awal bagi keberhasilan implementasi strategi. Sementara dalam bidang operasional, syarat awal untuk keberhasilannya tergantung pada prinsip-prinsip kecepatan, penyesuaian diri dan tipu daya.

j. Pengendalian Strategi

Pertama adalah prinsip pengumpulan data intelijen dan perolehan informasi, Elemen yang kedua adalah prinsip perlindungan informasi di pihak sendiri.

Setelah itu dianalisis dengan menggunakan SWOT, yakni Strength, Weakness, Opportunities, Threats yang berarti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sementara SWOT membatasi diri pada penilaian situasi dan perumusan strategi yang bergerak lebih jauh pada evaluasi strategi dan terutama pelaksanaannya.

Langkah strategis yang utama, selain mengukur diri dengan analisis SWOT, adalah pengumpulan informasi secara objektif. Hal ini perlu terutama untuk mengidentifikasi para pesaing dan bisa di dapat dari informasi dari kubu pesaing. Spionase, analisis survei, analisis media, penjelasan dari analisis pesaing. Selain itu, juga perlu secara jelas mengetahui aturan main yang tertuang dalam produk perundang-undangan yang berlaku.

2.2 Pemilihan Kepala Desa

Desa merupakan suatu komunitas kecil yang ada disetiap belahan dunia seperti halnya di Indonesia. Sebagian besar cara Indonesia berdomisili di wilayah pedesaan. Desa

secara resmi dijadikan kesatuan terkecil dari pemerintah. Keadaan tersebut ditetapkan dalam peraturan resmi negara dan di jadikan sebagai wilayah terencil mobilitas pembangunan. Model pemerintah desa di selenggarakan di seluruh Indonesia meski banyak yang masih memegang model kepemimpinan adat.

Kepala desa adalah pemimpin desa yang menjalankan serta mengatur segala kegiatan yang ada dalam pemerintah desa dan juga mampu menerima aspirasi masyarakat dan mampu menjalankan tugas serta kewajiban dalam pemerintahannya. Berdasarkan Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 tentang Desa dalam pasal 26 ayat (1) di jelaskan bahwa tugas Kepala Desa adalah menyelenggarakan pemerintah desa, melaksanakan pembangunandesapembinaan kemasyarakatan desa dan pemberdayaan masyarakat desa.

UU No. 6 Tahun 2014 Pasal 31 menentukan, bahwa pemilihan Kepala Desa dilaksanakan secara serentak diseluruh wilayah kabupaten/kota. Pemerintahan daerah kabupaten/kota menetapkan kebijakan pelaksanaan pemilihan kepala desa secara serentak dengan peraturan daerah kabupaten/kota. Kemudian didalam Pasal 40 PP No. 43 tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan UU No. 6 Tahun 2014 tentang desa, ditemukan bahwa pemilihan kepala desa secara serentak dapat dilaksanakan bergelombang paling banyak 3 (tiga) kali dalam jangka waktu 6 (enam) tahun. Dalam hal ini terjadi kekosongan jabatan kepala desa dalam penyelenggaraan pemilihan kepala desa serentak, bupati/walikota menunjuk pejabat kepala desa. Pejabat kepala desa berasal dari pegawai negeri sipil di lingkungan pemerintah daerah kabupaten/kota.

Pemilihan kepala desa secara serentak di seluruh wilayah Kabupaten/Kota dimaksudkan untuk menghindari hal negative dalam pelaksanaannya. Pemilihan kepala desa secara serentak mempertimbangkan jumlah desa dan kemampuan biaya

pemilihan yang dibedakan pada anggaran pendapatan dan belanja daerah Kabupaten/kota sehingga dimungkinkan pelaksanaannya secara bergelombang sepanjang diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten/Kota. Sebagai akibat dilaksanakannya kebijakan pemilihan kepala desa secara serentak, dalam Undang-Undang ini diatur mengenai pengisian jabatan kepala desa yang berhenti dan diberhentikan sebelum habis masa jabatan.

Kepala Desa dipilih secara langsung oleh dan dari penduduk desa Warga Negara Republik Indonesia yang memenuhi persyaratan dengan masa jabatan 6 (enam) tahun terhitung sejak tanggal pelantikan. Kepala desa dapat menjabat paling banyak 3 (tiga) kali masa jabatan secara berturut-turut atau tidak secara berturut-turut.

Adapun persyaratan bagi calon kepala desa sebagaimana ditentukan dalam Pasal 33 UU No. 6 Tahun 2014 sebagai berikut:

- a. Warga Negara Republik Indonesia;
- b. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa;
- c. Memegang teguh dan mengamalkan Pancasila, melaksanakan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, serta mempertahankan dan memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia dan Bhineka Tunggal Ika;
- d. Berpendidikan paling rendah tamat sekolah menengah pertama atau sederajat;
- e. Berusia paling rendah 25 (dua puluh lima) tahun pada saat mendaftar;
- f. Bersedia dicalonkan menjadi kepala desa;

- g. Terdaftar sebagai penduduk dan bertempat tinggal di desa setempat paling kurang 1 (satu) tahun sebelum pendaftaran;
- h. Tidak sedang menjalani hukuman pidana penjara;
- i. Tidak pernah dijatuhi pidana penjara berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap karena melakukan tindak pidana penjara saling singkat 5 (lima) tahun selesai menjalani pidana penjara dan mengumumkan secara jujur dan terbuka kepada public bahwa yang bersangkutan pernah dipidana serta bukan sebagai pelaku kejahatan berulang-ulang;
- j. Tidak dicabut hak pilihnya sesuai dengan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.
- k. Berbadan sehat.
- l. Tidak pernah sebagai Kepala Desa selama 3 (tiga) kali masa jabatan; dan
- m. Syarat lain yang diatur dalam Peraturan Daerah.

2.3 Teori

2.3.1 Teori Strategi Politik

Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian sebuah tujuan. Biasanya strategi diidentikkan dengan bidang militer yaitu strategi dalam peperangan. Dengan demikian, strategi tidak hanya digunakan dalam bidang militer, tetapi telah meluas ke berbagai aspek kehidupan. Jadi, strategi adalah cara melaksanakan sebuah politik nasional dalam mencapai sasaran dan tujuan yang ditetapkan oleh politik nasional.

Menurut Firmanzah (2007:123) mengatakan bahwa strategi politik adalah suatu pendekatan komunikasi politik perlu dilakukan oleh para kontestan atau bakal

calon pemilu untuk dapat memenangkan pemilu. Para kontestan atau bakal calon perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, masa mengambang dan pendukung kontestan atau bakal calon yang lainnya. Identifikasi ini dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pemilihan atau pencoblosan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang perlu strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih. Strategi perlu diperkirakan oleh setiap kontestan atau bakal calon karena pesaing juga intens melakukan upaya-upaya untuk memenangkan dalam persaingan politik. Di pihak lain kedekatan ideologis yang menjadi kekuatan untuk menarik pemilih kedalam bilik suara dan mencontreng atau mencoblos calon yang mempunyai ideologis yang sama, pemilih ini biasanya tidak mementingkan program atau visi dan misi dari kontestan atau calon yang akan maju pada pemilihan umum.

Firmanzah (2012, 217-218) menyatakan bahwa terdapat tiga jenis strategi politik pendekatan pasar, antara lain adalah :

- a. Pendekatan *Push Marketing* adalah penyampaian produk politik secara langsung kepada pemilih. Partai politik berusaha mendapatkan dukungan melalui stimulan yang diberikan kepada pemilih. Masyarakat perlu mendapat dorongan dan energi untuk pergi kebilik suara dan mencoblos suatu kontestan. Partai politik perlu menyediakan sejumlah alasan yang rasional maupun emosional kepada para pemilih untuk bisa memotivasi agar tergerak dan bersedia dan mendukung suatu kontestan. Misalnya dengan kegiatan kampanye politik secara langsung seperti pertemuan akbar dan bakti sosial.

b. Pendekatan *Pass Marketing*

Pendekatan *pass marketing* adalah penyampaian produk politik kepada *influencer group* atau pihak-pihak yang memiliki pengaruh di masyarakat. Partai politik menggunakan individu maupun kelompok (tim sukses) yang dapat memengaruhi opini pemilih. Sukses tidaknya penggalangan massa akan sangat ditentukan oleh para tim sukses. Semakin tepat *influencer* yang dipilih, efek yang diraih pun menjadi semakin besar dalam memengaruhi pendapat, keyakinan dan pikiran politik, contohnya adalah dengan kampanye menggunakan media brosur.

c. Pendekatan *Pull Marketing*

Pendekatan *pull marketing* merupakan strategi penyampaian produk politik yang dilakukan melalui media massa baik elektronik, cetak, luar ruang mobile dan internet. Pendekatan ini sangat menentukan pembentukan citra sebuah kontestan. Karena meliputi berbagai aspek yang rumit, maka factor koordinasi sangat penting agar pendekatan ini berguna. Partai politik menitik beratkan pada pembentukan image politik yang positif. Simbol dan image politik memiliki dampak signifikan karenanya harus mampu membangkitkan sentiment. Contohnya adalah membuat kontrak/perjanjian politik dengan para tokoh agama. Tokoh masyarakat dan tokoh pemuda upaya menjalankan kandidat (Nursal, 2004,298).

2.4 Tim Sukses

Tim sukses dalam pemasaran politik merupakan kegiatan pembentukan tim kerja yang bisa di sebut dengan “tim sukses”, di rekrut dari tenaga-tenaga potensial sesuai tugas dan fungsinya sebuah tim sukses biasanya terdiri dari:

1. Penasihat

Penasihat berfungsi memberi masukan dalam hal strategi dan Langkah-langkah yang perlu di ambil oleh partai atau calon dalam mencapai tujuan, seperti memenangkan pemilu dan merangkul pihak-pihak yang menentukan dalam pemberian suara, para penasehat yang ditunjuk pada umumnya punya kematangann dan pengalaman sebagai politisi dan yang mengikuti perkembangan dengan melihat dimensi-dimensi strategi yang tidak dilihat oleh orang lain.

2. Tim ahli

Merupakan kelompok ahli yang diangkat menurut bidangnya, biasanya tugas tim ahli adalah menyusun program yang dibawakan dan membackup calon jika ada pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut bidang keahliannya, tim ahli biasanya terdiri atas bidang politik, ekonomi, keuangan, komunikasi, pertahanan dan keamanan, sosial budaya kebijakan dan kerja sama luar negeri, sehingga dapat memudahkan dalam mengklarifikasi setiap perencanaan dan action di lapangan tim ahli akan berperan besar di dalamnya.

3. Tim Riset dan Litbang

Kelompok para peneliti yang bertugas untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan partai mengenai, persepsi masyarakat terhadap citra partai,

pendapat masyarakat terhadap kapabilitas calon yang di usung, peta politik pemilih dan melakukan pelatihan-pelatihan dalam bidang yang dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja partai.

4. Tim Pengumpul Dana

Pencalonan jabatan public bagi yang ingin maju, seperti anggota legislatif, Presiden dan Wakil Presiden, Gubernur, Walikota, Bupati, tidak hanya memerlukan banyak waktu tetapi juga memerlukan dana yang tidak kecil untuk mempromosikan diri kebijakan pikiran-pikirannya, karena itu seorang calon yang di usung, memerlukan tim pengumpulan dana (fund raising) yang mengetahui sumber-sumber dana yang mereka manfaatkan, biasanya tim pengumpul dana memiliki hubungan yang baik dengan para penguasa.

5. Tim Kampanye

Tim kampanye ialah dia yang merencanakan dan menggerak kampanye untuk memasarkan calon yang di ajukan partai, untuk menggerakkan kampanye harusnya di tunjuk seorang manajer kampanye yang memiliki keahlian dalam bidang perencanaan dan strategi komunikasi atau yang memiliki pengetahuan di bidang politik tetapi memiliki pengalaman dan hubungan yang baik dengan media, seorang manajer kampanye adalah orang yang bukan dicalonkan melainkan mengordinir semua Langkah dan strategi komunikasi untuk memenangkan calon atau partai yang di usung.

Tugas tim kampanye adalah merumuskan rencana-rencana strategi sebagai bagian dari usaha untuk memenangkan pasangan yang didukungnya. Komunikator politik adalah orang yang melakukan

komunikasi dalam konteks politik lapangan dan dimanapun menyampaikan pesan-pesan politik, pesan itu di sampaikan baik kepada individu, kelompok maupun massa. Karakteristik komunikator (juru kampanye) dalam kampanye politik adalah berpendidikan tinggi melebihi rata-rata populasi, memiliki pendapatan dan status sosial yang lebih tinggi, terlibat aktif dalam politik, memiliki kepercayaan politik, dan berpengaruh besar terhadap pembuatan kebijakan. (Roni, 2012:45)

Imawan dalam (Amir 2006, 14) merumuskan beberapa taktik kampanye politik, yaitu:

1. Kampanye dari rumah ke rumah (door to door campaign), yaitu calon kepala desa mendatangi langsung para pemilih sambil menanyakan persoalan-persoalan yang dihadapi. Kampanye ini efektif dilakukan pada pemilihan umum tahun 1955, dengan mendatangi orang-orang yang pilihannya dianggap masih ragu dan dapat di bujuk atau diancam untuk mengubah sikap dan pilihan politik mereka.
2. Diskusi Kelompok (group discussion), dilakukan dengan membentuk kelompok-kelompok diskusi kecil yang membicarakan masalah yang dihadapi masyarakat.
3. Kampanye Massa Langsung (direct mass campaign), dilakukan dalam bentuk aktivitas yang menarik perhatian massa, seperti pawai, pertunjukan kesenian dan sebagainya.
4. Kampanye massa tidak langsung (indirect mass campign), yang dilakukan dengan cara berpidato di radio, televisi atau memasang iklan di media cetak dan elektronik.

5. Tim penggalangan massa, mereka adalah orang-orang yang di rekrut untuk menggalang massa untuk kepentingan pengumpulan suara maupun *show force* untuk menunjukkan kekuatan partai kepada masyarakat dan calon pemilih penggalangan massa biasanya di lakukan untuk kampanye publik dilapangan terbuka, pawai, atau konser music.
6. Tim hubungan Antar Daerah yaitu, tim yang di percayakan untuk menangani hubungan antara pengurus pusat dengan pengurus wilayah dan cabang yang ada di ibukota Provinsi dan Kabupaten, hubungan ini penting dalam menggerakkan mesin organisasi pada tingkat bawah sehingga hubungan itu tetap terjaga dan berkesinambung.
7. Tim pengamat (intelijen), kelompok ini dibentuk untuk mengamati dan mengawasi tindak tanduk lawan politik yang membahayakan citra partai atau calon yang di usung oleh partai atau calon, tim intelijen ini biasanya terdiri dari orang-orang yang memiliki latar belakang kemiliteran dan kepolisian di bidang intel dan penyidikan, tim pengamat mengumpulkan dan menyampaikan informasi (data) ke pimpinan partai untuk segera diambil Tindakan dalam mengatasi hal tersebut, ia juga menjadi mitra tim riset dan litbang untuk penyusunan strategi yang menguntungkan dan berpihak kepada orang yang di usung dalam kontestasi politik.
8. Tim pengaman, tim pengaman sangat penting, terutama untuk memberi perlindungan keamanan kepada calon yang di usung oleh partai, sebab di Negara-negara yang memiliki kondisi keamanan yang belum stabil, maka perlu perlindungan kepada calon, apalagi untuk posisi presiden atau gubernur sangat di perlukan pengamanan biasanya di rekrut dari tenaga-

tenaga terlatih dalam menggunakan senjata api, misalnya mantan tantara atau polisi.

9. Tim pengumpul suara, mereka terdiri dari orang-orang yang direkrut karena pengaruhnya yang besar dalam masyarakat, mereka biasanya memiliki kedudukan sosial ekonomi yang terpandang, misalnya mantan Menteri, Gubernur, Bupati, pemilik tanah pertanian yang memiliki pekerja yang banyak, anak buah kapal, imam desa, tokoh-tokoh adat yang disegani oleh masyarakat ini digalang oleh partai politik untuk menjadi pengumpul suara (vote getter) karena pengaruhnya. (dalam Cangara,2016, 243)

2.5 Hasil Penelitian Yang Relevan

Sebelum melakukan penelitian ini, penulis telah menelusuri beberapa hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian dilakukan, Adapun dari beberapa contoh judul penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Patar Victor Simangunsong (2018) dengan judul “Strategi Politik Muda Mahendrawan dan Sujiwo pada Pemilukada Kabupaten Kubu Raya di Kecamatan Sungai Raya”. Dimana dalam hasil penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif. Dimana Muda Mahendrawan dan Sujiwo mampu memperoleh kemenangan suara di Kecamatan Sungai Raya pada Pemilukada Kabupaten Kubu Raya Tahun 2018. Sehingga mereka memperoleh kemenangan sebagai Bupati dan Wakil Bupati terpilih di Kabupaten Kubu Raya Tahun 2018. Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah jenis penelitian deskriptif dengan metode kualitatif, perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada lokasi, subjek dan objek penelitiannya.

2. Sugianto, Bambang 2019. *Strategi Politik Kasdy Dalam Pemilihan Kepala Desa Padu Banjar Kecamatan Simpang Hilir Kabupaten Kayong Utara Tahun 2018*. Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak. Penulisan skripsi tersebut dimaksudkan untuk mendeskripsikan strategi politik yang digunakan Kasdy sehingga mampu memperoleh kemenangan dalam Pilkada di Desa Padu Banjar Kecamatan Simpang Hilir Kabupaten Kayong Utara tahun 2018. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Kajian teori yang terdapat pada skripsi tersebut berorientasi pada pola strategi politik untuk menyerang atau ofensif dan bertahan atau defensive yang dikembangkan oleh Peter Schroder (2013,166). Kesamaan dari penelitian Sugianto, Bambang yaitu pada fokus penelitiannya yang dimana fokus penelitiannya yaitu pada strategi pemenangan kepala desa, di penelitiannya ini hanya berbeda waktu dan tempat penelitiannya saja.
3. Claudy, Cindy 2018. *Strategi Politik Pasangan Karolin Margret Natasa dan Herculanus Heriadi Sebagai Calon Tunggal Dalam Pilkada Serentak Tahun 2017 di Kabupaten Landak*. Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah strategi kampanye politik pasangan Karolin Margret Natasa dan Herculanus Heriadi sebagai calon tunggal dalam Pilkada serentak tahun 2017 di Kabupaten Landak. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Kajian strategi pada penelitian ini berorientasi pada pola strategi politik untuk menyerang dan bertahan yang di kembangkan oleh Peter Schroder (2013,166). Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah jenis penelitian Deskriptif dengan

metode kualitatif, perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada lokasi, subjek dan objek penelitiannya.

2.6. Alur Pikir Penelitian

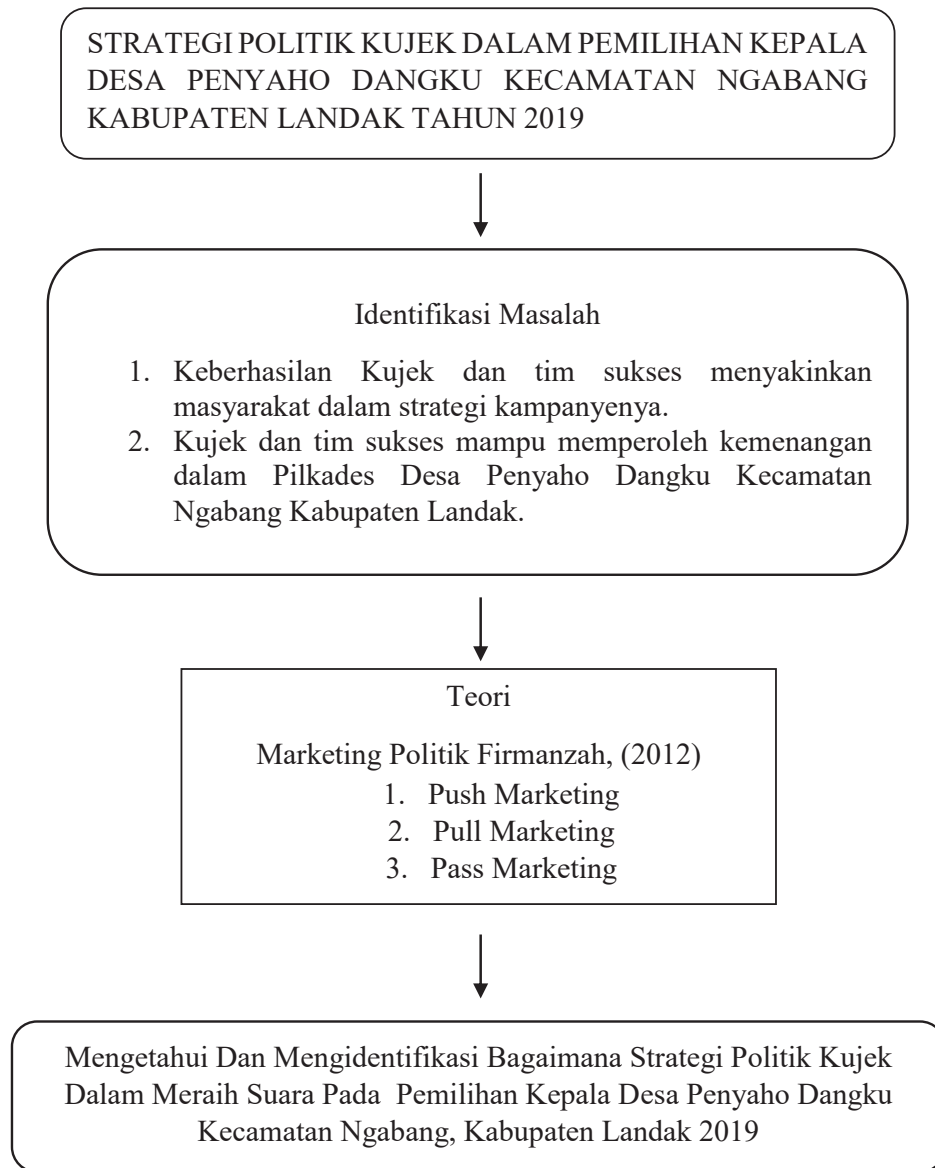
Penelitian ini berjudul Strategi Politik Kujek Dalam Pemilihan Kepala Desa Penyaho Dangku Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak 2019. Undang-Undang No 6 Tahun 2014 Pasal 31 menentukan, bahwa pemilihan kepala desa dilaksanakan secara serentak diseluruh wilayah Kabupaten/Kota. Pemerintahan daerah Kabupaten/Kota menetapkan kebijakan pelaksanaan pemilihan kepala desa secara serentak dengan peraturan daerah Kabupaten/Kota.

Untuk menganalisis permasalahan ini, peneliti merujuk pada teori Firmanzah (2012, 217-218) yaitu menjelaskan tiga pendekatan strategi politik dalam pemilihan kepala desa Penyaho Dangku, terdiri dari pendekatan *push marketing*, pendekatan *pass marketing* dan pendekatan *pull marketing*.

Pendekatan *Push marketing* adalah penyampaian produk politik secara langsung kepada pemilih, Pendekatan *pass marketing* adalah penyampaian produk politik kepada *influencer group* atau pihak-pihak yang memiliki pengaruh dimasyarakat, sedangkan *pull marketing* adalah strategi penyampaian produk politik yang dilakukan melalui media massa baik elektronik, cetak, luar ruang *mobile* dan internet.

Adapun yang menjadi alur pikir penelitian dapat dibuat suatu bagan pemikiran dalam pelaksanaan penelitiannya sehingga arah pemikiran dalam penulisan penelitian dapat dilihat dari alur pikir sebagai berikut:

Gambar. 2.1 Alur Pikir Penelitian



Dari Alur Pikir diatas dapat disimpulkan bahwa, pemilihan kepala desa peneliti menggunakan teori strategi politik dalam pilkades sebagai praktik demokrasi. Menurut Soetardjo Kartohadikoesoemo (1964) pilkades hanyalah salah satu dari aktifitas politik desa yang dapat menunjukkan demokrasi sudah tumbuh dan berkembang jauh sebelum negara, bangsa Indonesia berdiri. Pilkades merupakan salah satu basis demokrasi bagi Indonesia karena aktivitas politik dari

dasar telah berlangsung. Melalui pilkades, menunjukkan bahwa masyarakat desa adalah masyarakat yang telah menyelenggarakan demokrasi di tingkat daerah. Dalam pemilihan kepala desa langsung masyarakat dihadapkan pada pilihan-pilihan calon pemimpin yang disukainya. Masyarakat memilih sesuai hati Nurani masing-masing tanpa ada paksaan dari siapapun, yang dimana nantinya akan ada persaingan kampanye dari beberapa kandidat yang akan mendapatkan suara masyarakat yang berada di desa tersebut.

Dari setiap masing-masing calon pasti ingin memenangkan persaingan ini. Oleh karena itu, masing-masing kandidat akan melancarkan melalui strategi-strategi yang akan digunakan untuk mendapatkan kepercayaan dan suara dari masyarakat. Untuk mendapatkan suara terbanyak maka dibentuklah tim sukses. Tim sukses terdiri dari beberapa orang dengan tugas nya masing-masing. Dengan adanya atau terbentuknya tim sukses maka akan lebih terpola dan terstruktur dalam menentukan strategi yang diambil.

2.7 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana *Push Marketing* yang dilakukan Kujek pada pemilihan kepala desa di Desa Penyaho Dangku ?
2. Bagaimana *Pass Marketing* yang dilakukan Kujek pada pemilihan kepala desa di Desa Penyaho Dangku ?
3. Bagaimana *pull marketing* dalam proses strategi pendekatan pasar yang dilakukan oleh Kujek dalam kemenangan Tahun 2019 di desa Penyaho Dangku ?