

Komunikasi Simbolik dalam Menentukan Harga Perolehan Jabatan Kepala Desa di Madura

by Ach Baihaki

Submission date: 20-Jul-2023 12:01PM (UTC+0700)

Submission ID: 2133907262

File name: am_Menentukan_Harga_Perolehan_Jabatan_Kepala_Desa_di_Madura.docx (86.93K)

Word count: 11560

Character count: 75937

1 Komunikasi Simbolik dalam Menentukan Harga Perolehan Jabatan Kepala Desa di Madura

Ach. Baihaki, SE., M.Sc

ach.baihaki.se.m.sc@gmail.com

Universitas Islam Madura

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa biaya yang dikorbankan oleh calon kepala desa di Madura dalam meraih jabatan kepala desa yang dinyatakan dengan bahasa simbolik. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif interpretif dalam rangka menemukan makna yang disampaikan oleh para pihak yang terlibat dalam pemilihan kepala desa yang memiliki dimensi biaya berdasarkan perspektif akuntansi biaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak kegiatan dalam proses pemilihan kepala desa yang dimulai dari sebelum pencalonan hingga selesai pelantikan. Bahasa-bahasa simbolik yang timbul adalah nyaghêrêh, ekareng towa'ah, ghuruh, ajêgêh, angin tang ngin, tongket, bahkan dengan seragam tertentu. Biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh kandidat tersebut bisa bersifat berkelanjutan sampai setelah menjadi kepala desa, sementara itu lebih banyak biaya yang dikorbankan hanya sampai proses pemungutan suara. Bahkan pengeluaran yang hampir dalam setiap kegiatan dikeluarkan adalah rokok.

Kata kunci: komunikasi simbolik, pemilihan kepala desa, biaya perolehan, Madura

2 **Abstract**

This study aims to analyze the expenditure of the candidate of village head in Madura in reaching the position of village head expressed in symbolic language. This research was by using an interpretive qualitative method in order to find the meaning conveyed by the parties involved in the election of village heads who have a cost dimension based on a cost accounting perspective. The results of the research point out that there are many activities in the village head election process starting from before the nomination until the completion of the inauguration. Symbolic languages that arise are nyaghêrêh, ekareng towa'ah, ghuruh, ajêgêh, angin tang ngin, tongket, and uniformity. The costs that must be incurred by the candidate can continue until after becoming a village head, while more costs are expended only until the voting process. Even the expenditure where almost in every activity is cigarettes.

Keywords: symbolic communication, head village election, cost of sale, Madura

Pendahuluan

Akuntansi adalah sebuah bahasa bisnis, dimana memiliki kajian semantik dalam memahami makna didalamnya dan juga memiliki kajian sintaksis dalam memahami logika dan struktur di dalamnya (Hendrikson & Breda, 1992). Sebagai sebuah alat komunikasi, bahasa tentunya akan juga memiliki konteks makna yang dibentuk sesuai dengan kondisi sosial, ekonomi, dan bahkan politik dimana bahasa tersebut digunakan. Dengan kondisi ini pragmatisme dalam tindakan menyerap informasi yang disampaikan oleh pemberi informasi akan juga dipengaruhi oleh tingkat pemahaman penerima informasi atas makna yang diharapkan.

bSuwardjono (2014), secara khusus menyatakan bahwa kajian semantik adalah untuk menyampaikan kegiatan fisik yang terjadi dalam sebuah entitas dan penerima informasi bisa membayangkan tanpa harus secara langsung menyaksikan kegiatan. Sementara itu kajian sintaksis jauh luas, karena harus mempertimbangkan keterkaitan antar struktur dan tidak terbatas kepada makna symbol semata dan tentunya logika informasi yang ingin disampaikan, sehingga bisa diterima oleh para penerima informasinya. Adapun kajian pragmatic adalah mengkaji tentang perubahan perilaku atau reaksi dari para penerima informasi, sehingga masalah keektifan komunikasi yang dibuktikan dengan tindakan interpretasi yang tepat oleh penerima informasi menjadi kajian yang juga penting dalam sebuah kerangka kajian komunikasi.

Bahkan Ghozali & Chariri (2014), lebih lanjut menyatakan bahwa akuntansi sampai saat ini masih banyak interpretasi yang berbeda tentang praktik dan teori akuntansi. Akuntansi sering dianggap sebagai sebuah catatan historis yang menyajikan informasi sesuai dengan aturan dari lembaga berwenang. Informasi ini yang menjadikan akuntansi sebagai sebuah bahasa bisnis yang menyampaikan informasi **keuangan yang dibutuhkan oleh para pihak yang berkepentingan**. Bahkan lebih jauh akuntansi juga sebagai informasi komunikasi dan keputusan tidak terlepas dari mitologi, ideologi dan bahkan komoditas sosial.

Kerangka pengembangan teori akuntansi akuntansi tersebut telah mengindikasikan bahwa akuntansi sebagai alat komunikasi tidak bisa dipisahkan dari lingkungan manusia yang melakukan tindakan tersebut. Teori komunikasi juga menyampaikan bahwa komunikasi juga tidak selamanya dihadirkan dalam bentuk komunikasi langsung, karena kadang kala juga dalam interaksi simbolik (Siregar, 2011). Bahkan saluran komunikasi juga bisa dihadirkan dalam bentuk komunikasi verbal atau bahkan non-verbal (Alamsyah & Prasetyo, 2018). Interaksi dan simbol ini akan menjadi sesuatu yang penting dalam menerjemahkan dan mendefinisikan tindakan orang lain yang didasari oleh pemahaman akan makna dalam rangka mencapai tujuan bersama (Siregar, 2011). Bahkan pemaknaan ini juga bergantung kepada budaya masyarakat yang menyampaikan informasi, karena makna dari symbol yang disampaikan komunikator juga tidak bisa dilepaskan dari **biaya yang dijalani dan pengalaman yang dialami** (Haris & Amalia, 2018). Politik merupakan kegiatan orang yang bercita-cita untuk dan/atau memegang jabatan pemerintah, tidak peduli mereka dipilih, ditunjuk, atau pejabat karier, dan tidak mengindahkan jabatan eksekutif, legislatif atau yudikatif (Mukarom, 2016). Dalam sebuah sistem kekuasaan monarki, kekuasaan bisa didapatkan secara turun-temurun, namun dalam sebuah sistem politik yang demokratis, kekuasaan didapatkan dengan cara berkompetisi. Kompetisi inilah yang akan menghadirkan konsekuensi biaya yang harus dikorbankan dalam mendapatkan kekuasaan yang ingin didapatkan. Kegiatan mempengaruhi pemilih dengan menghadirkan komunikasi politik yang efektif dan efisien tentunya membutuhkan tim yang mampu menyerap informasi publik dan bisa menyajikannya kepada publik dengan baik. Bahkan saat ini juga sudah dikenal sebuah kegiatan marketing politik, yang eranya di Indonesia dimulai sejak era pemilihan presiden secara langsung di Indonesia (Anugerah, 2011).

Indonesia telah mengenal pemilihan langsung sebelum adanya **pemilihan langsung presiden dan wakil presiden pada tahun 2004**, yaitu **pemilihan kepala desa (pilkades)**. Sayangnya, pemilihan ini kurang begitu menarik perhatian khalayak, karena memang tidak menghadirkan kandidat yang kalibernya nasional atau bahkan **bisa mempengaruhi kebijakan publik yang lebih luas**, sebagaimana pemilihan kepala daerah dari level **kabupaten/kota, provinsi, atau bahkan pemilihan presiden dan wakil presiden di level nasional**. Padahal, sebenarnya pemilihan ini juga berdimensi adanya proses pembentukan opini publik dengan berbagai kegiatan pra pencalonan, kegiatan kampanye pada masa pencalonan, kegiatan pemungutan suara, dan bahkan kegiatan pasca pencalonan, karena jabatan kepala desa yang lebih lama dibandingkan jabatan kepala daerah lainnya, yaitu 6 tahun dan bahkan bisa sampai 3 periode.

Selain masa jabatan kepala desa yang lebih lama dan kesempatan mengisi jabatan yang lebih banyak, pemilihan kepala desa menjadi lebih menarik untuk diperbutkan pasca adanya (Undang-Undang Tentang Desa, 2014) yang **memungkinkan pejabat desa mengelola dana desa yang jumlahnya jauh lebih banyak dibandingkan dana yang dialokasikan oleh pemerintah pusat ke desa** sebelum adanya undang-undang tersebut. Perebutan jabatan kepala desa ini juga sangat kental dengan keterlibatan para pihak yang sangat sensitif dengan unsur budaya dimana pemilihan tersebut dilaksanakan. Keterlibatan para pihak ini juga akan menyebabkan biaya yang dikorbankan oleh para pihak menjadi lebih besar dan

kecenderungan masyarakat yang masih permisif menjadikan para kontestan untuk memperebutkan suara *voter* dan *supporter* dengan pola transaksional dan bahkan menjurus kepada politik uang (Sjafrina, 2019), (Fitriyah, 2011).

Madura sebagai salah satu daerah dengan budayanya yang khas juga memiliki kebiasaan khusus dalam pelaksanaan pilkadesnya, karena suku Madura adalah termasuk dalam 5 besar suku bangsa di Indonesia (Pitoyo & Triwahyudi, 2017). Kegiatan pilkades di Madura biasanya melibatkan poros-poros kekuasaan yang ada di desa, baik itu kiai, juragan atau bahkan blater (I. Zamroni, 2007), (Ikmal & Arifin, 2020), (Ainillah, 2016), (Halili, 2009). Bahkan dalam praktek pelaksanaan konsolidasi massa juga terkadang melibatkan pihak yang tidak secara langsung berkepentingan dengan jabatan kepala desa dan biasanya yang terlibat adalah para penjudi yang akan ikut berlaga mengambil keuntungan atas pelaksanaan pilkades tersebut (Halili, 2009). Bahkan tidak jarang, tindakan intimidatif dalam rangka mempengaruhi pemilih dengan melibatkan para bandit dengan tindakan kekerasan juga bisa dilakukan (Ainillah, 2016).

Jumlah keterlibatan para pihak dan juga tindakan-tindakan yang dilakukan dalam rangka mendapatkan simpati pemilih ini akan menentukan jenis biaya dan bahkan intensitas biaya yang dikeluarkan oleh kontestan pilkades. Pelaksanaan pilkades yang juga tidak serentak, menjadikan biaya yang harus dikeluarkan oleh para kontestan akan semakin besar, karena adanya pihak luar yang terlibat dalam perjudian penentuan pemenang kontestasi pilkades tersebut, maka dengan kondisi tersebut diadakan pilkades serentak di Madura yang mulai diinisiasi sejak tahun 2015. Pilkades serentak ini disinyalir dapat meminimalisir politik biaya tinggi dan juga efisiensi biaya penyelenggaraan (Solihah, 2018), (Fitriyah, 2011), (Imam & Ma'mun, 2017). Biaya pelaksanaan dan biaya pengamanannya juga bisa ditanggung pemerintah daerah, sehingga dengan ini kontestan tidak perlu lagi menanggung sebagian biaya penyelenggaraan pemilihannya yang akhirnya bisa meningkatkan antusiasme dalam menyemarakan pesta demokrasi level desa tersebut dan dengan begitu adanya kecenderungan politik uang bisa diminimalisir (Tini, 2017).

Penentuan biaya ini menjadi penting dalam rangka menyiapkan para kontestan dalam pilkades untuk menghitung kesiapan dirinya dalam rangka mendapatkan suara masyarakat. Biaya-biaya dalam upaya memperkenalkan dirinya dan meyakinkan masyarakat, tidak hanya ditentukan oleh keinginan kandidat calon kepala desa dalam mengalokasikan sumber dayanya, tetapi dalam komunikasi interaksional akan juga ditentukan oleh keinginan masyarakat untuk diyakinkan. Komunikasi dua arah ini juga akan menentukan karakteristik biaya, besaran biaya dan kontinuitas pengeluaran biaya yang harus dipersiapkan oleh para pihak yang terlibat. Bahkan yang menjadi menarik adalah penyampaian pesan dari kandidat kepada calon *voter* ataupun *supporter* yang ingin didapatkan suaranya atau bahkan sebaliknya dengan menggunakan pesan-pesan simbolik, baik itu verbal maupun non-verbal.

Sementara itu penelitian ini akan dilakukan untuk menganalisa biaya yang dikorbankan oleh calon kepala desa di Madura dalam meraih jabatan kepala desa yang dinyatakan dengan bahasa simbolik. Memaknai interaksi sosial yang memiliki dimensi biaya tersebut akan disajikan dalam sebuah satuan ukur akuntansi biaya yang lebih memudahkan pihak yang berkepentingan untuk memahami makna dari komunikasi yang disampaikan oleh para pihak. Akuntansi biaya akan mampu menghadirkan informasi yang lebih akurat dalam klasifikasi biaya yang perlu dipersiapkan oleh para kontestan khususnya. Dengan ini, maka tujuan untuk menemukan makna berdasarkan logika dan bangunan budaya yang membentuk makna dari setiap simbol komunikasi tersebut bisa diinventarisir menjadi sebuah informasi yang lebih utuh, dan bukan hanya nominal mata uang yang keluar sebagai dampak dari sebuah transaksi keuangan.

Kajian Pustaka

State of The Art

Banyak penelitian yang dilakukan dalam akuntansi biaya yang diaplikasikan pada sektor entitas bisnis dalam rangka menemukan biaya perolehan yang sesuai atas produk yang dihasilkannya. Perbedaan metode akan menghasilkan besaran biaya yang tidak sama, meskipun dengan transaksi yang sama. Adapun penelitian terkait dengan biaya politik biasanya hanya dilakukan dalam rangka mengukur pengeluaran entitas sektor publik ataupun pemerintah dalam membiayai kegiatan-kegiatan publiknya.

Imam & Ma'mun (2017), dan Tini (2017) yang melakukan penelitian tentang efisiensi biaya yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam rangka mengurangi biaya politik yang harus dikorbankan oleh para kandidat. Bahkan praktik politik uang (*money politic*) telah menjadi bahan kajian secara hukum dan juga sosial budaya masyarakat di Madura yang mengindikasikan adanya berbagai pihak yang terlibat dalam transaksi yang berdimensi keuangan tersebut (Ikmal & Arifin, 2020), (Ainillah, 2016; Halili, 2009). Penelitian dalam menghitung biaya politisi dalam membangun citra dirinya atau bahkan dengan program yang lebih sistematis dalam bentuk marketing politik yang menyebabkan mahal biaya politik dan bahkan menjerumuskan kepada perilaku menyimpang pasca berkuasa juga telah dilakukan dalam perspektif hukum, politik dan sosial (Anugerah, 2011), (Sjafrina, 2019), Farida, 2019; Fitriyah, 2011).

Sementara itu penelitian di bidang komunikasi sebagai sebuah kegiatan mengalami makna dari simbol-simbol komunikasi telah juga banyak dilakukan. Siregar (2011), melakukan penelitian tentang interaksionalisme simbolik yang menyatakan bahwa individu pada hakekatnya hidup di suatu lingkungan yang dipenuhi simbol. Komunikasi simbolik ini banyak ditemukan pada berbagai aspek kehidupan, dalam lingkungan supporter bola dilakukan oleh Alamsyah & Prasetyo (2018), politik (Anugerah, 2011; Nurhasanah, 2018), sosial (Haris & Amalia, 2018; Umar, 2018), bahkan kebudayaan (Ahwan & Marzuki, 2020; Gumilar, 2008; Kertamukti, 2013).

Penelitian-penelitian tersebut adalah penelitian parsial yang dilakukan dalam rangka menjawab permasalahan keilmuan tertentu, sebagaimana kegiatan politik yang dimaknai secara komunikasi. Sementara penelitian yang akan mengidentifikasi konsekuensi biaya dalam kerangka konsep akuntansi biaya belum dilakukan. Apalagi dalam sebuah kegiatan politik, permintaan antar para pihak atas kebutuhan dana ataupun alokasi dananya tidak dinyatakan secara langsung sebagai sebuah alibi penghindaran atas politik uang atau bahkan hanya dalam rangka menyamarkan kegiatan transaksional yang dilakukan oleh para pihak. Penelitian ini akan mengidentifikasi makna komunikasi simbolik para pihak tersebut dengan menggunakan identifikasi klasifikasi biaya yang dirumuskan dalam akuntansi biaya.

Akuntansi Biaya

30

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya. Akuntansi biaya untuk memenuhi tujuan penentuan kos produk, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan khusus (Mulyadi, 2012). Berdasarkan tujuan dari akuntansi biaya tersebut, memungkinkan untuk penerapan akuntansi biaya tersebut kedalam berbagai sektor kehidupan. Dalam hal pengendalian biaya, maka diperlukan klasifikasi biaya dengan baik, bahkan dalam penentuan biaya produk atau target yang diinginkan, perlu klasifikasi biaya dan metode yang tepat dalam menentukannya. Adapun dalam pengambilan keputusan khusus, maka hal ini tidak bisa dilepaskan dari situasi sosial dan juga komunikasi yang disampaikan oleh para pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut.

Mulyadi (2012), menyatakan bahwa biaya produk diperhitungkan dengan memperhitungkan unsur-unsur biaya yang bisa diklasifikasi kedalam dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*. Konsepsi *full costing* dilakukan dengan mengakumulasi unsur biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variable dan biaya overhead tetap) dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, administrasi dan umum). Sementara itu *variable costing* adalah menganalisis biaya-biaya variable, baik itu untuk biaya produksi ataupun non produksi. Bahkan dalam metode *activity based costing* dengan memperhitungkan aktivitas yang menyerap biaya dalam sebuah kegiatan produksi (Mulyadi, 2007).

Berdasarkan informasi tersebut, pengendalian biaya akan bisa dilakukan dengan baik jika memiliki pemahaman menyeluruh atas hubungan biaya dengan aktivitas bisnis. Dewi & Kristanto (2013), mengelompokkan biaya berdasarkan intensitas pengeluarannya, dalam biaya tetap, biaya variabel atau biaya semivariabel. Biaya tetap bisa dikelompokkan menjadi beban tetap diskresioner (*discretionary fixed cost*), beban tetap terprogram (*programmed fixed cost*) dan pengeluaran dalam selang jangka waktu yang lama disebut biaya tetap terkait (*committed fixed cost*). Dalam penentuan biaya variabel selalu dianggap linier dalam jumlah konstan untuk setiap unit peningkatan dalam aktivitas bisnis, namun kenyataannya jarang linier secara sempurna. Dalam penentuan biaya semi variabel perlu adanya

pengaturan minimum dan klasifikasi pencatatan akuntansi yang memisahkan dengan baik unsur biaya tetap dan variabelnya.

Berdasar²⁹ konsepsi akuntansi keuangan, biaya perolehan terdiri dari biaya pembelian, dan konversi ataupun biaya-biaya yang dapat diatribusikan secara langsung untuk membawa aset ke lokasi dan kondisi yang diinginkan. Pengukuran ini juga berlaku untuk sesuatu yang didapatkan untuk dijual kembali yang dikenal dengan persediaan (PSAK 14, 2019) ataupun untuk sebuah aset yang manfaat ekonominya bisa mengalir kepada pihak yang memiliki aset tersebut (PSAK 16, 2019). Biaya-biaya yang bisa diatribusikan inilah yang akan menjadikan jumlahnya menjadi sesuai dengan persepsi para pihak yang menjalankan proses perolehannya.

Biaya Politik

46
Biaya politik saat ini bukan lagi hal yang tabu untuk diperbincangkan, karena kontestasi politik menuntut adanya kegiatan yang berkelanjutan, mulai dari mengenalkan kandidat, membentuk persepsi pemilih akan calon kandidat, ataupun bahkan kegiatan berkelanjutan dalam upaya mempertahankan kekuasaan yang telah diraih tersebut. Hal ini menjadi lebih menarik pasca adanya pemilihan langsung presiden wakil presiden serta kepala daerah yang menuntut adanya marketing politik. Adanya kompetisi yang semakin terbuka semakin menarik antusiasme segenap lapisan masyarakat untuk juga ikut dalam perhelatan pemilihan pemimpin politik di setiap jenjang teritorialnya. Bahkan banyak orang-orang kaya yang memiliki cukup dana untuk kemudian ikut berkompetisi dengan berbagai kepentingan didalamnya.

Anugerah (2011), menyatakan bahwa marketing politik dibutuhkan untuk membangun citra kandidat, baik sebelum dan pada masa kampanye. Selain biaya yang sah untuk dikeluarkan, biaya politik secara dianalogikan sebagai sebuah transaksi jual beli dalam memperoleh suara dari para pemilihnya. Analogi seperti inilah yang kemudian menjadikan sebuah kontestasi politik menjadi tidak sehat dan kecenderungannya adalah bukan pada pertarungan ide dan gagasan dan mendapatkan simpati konstituennya, akan tetapi sebuah kegiatan transaksional antara kontestan dengan konstituennya. Padahal dalam hal marketing politik, kegiatan yang dilakukan adalah kegiatan mengkomunikasikan ide dalam rangka memperkenalkan dan membangun citra para kontestan politik tersebut.

Komunikasi adalah cara seorang komunikator menyampaikan⁵⁵ pesan kepada pihak yang dituju dengan berbagai saluran dan model komunikasi yang dipilihnya. Komunikasi bisa disampaikan dengan verbal maupun non verbal dan bahkan bisa disampaikan dengan menggunakan simbol yang maknanya bisa dipahami dengan menggunakan pendekatan interaksionalisme (Haris & Amalia, 2018; Umar, 2018; Alamsyah & Prasetyo, 2018). Dalam sebuah konteks politik, komunikasi politik juga dibangun dalam komunikasi yang formal, persuasif dan simbolik serta dengan tidak meninggalkan sisi normatif dari komunitas pemberi pesan dan penerima pesan (Nurhasanah, 2018).

Komunikasi ini kemudian menjelma dalam sebuah simbol-simbol yang maknanya hanya bisa dipahami oleh para pihak yang satu frekuensi dan bahkan sengaja untuk menciptakan sebuah komunikasi efektif dalam membangun dan menguatkan jejaring pemilihnya. Ahmadi (2008), menyatakan bahwa simbol-simbol dalam komunikasi sebagai kata kunci dalam kehidupan manusia itu sendiri dan interaksi simbolik menunjukkan sifat yang khas dalam interaksi manusia. Simbol-simbol yang dihadirkan merupakan visualisasi dari peristiwa masa lalu, falsafah hidup, atau bahkan hanya sebuah tindakan ekspresif untuk menunjukkan eksistensi diri komunikatornya (Gumilar, 2008). Komunikasi verbal ataupun non verbal terutama yang sifatnya simbolik akan menghadapi beberapa hambatan yang diantaranya adalah hambatan budaya, hambatan psikologi dan hambatan persepsi (Umar, 2018).

Proses memahami makna itu sendiri tidak bisa timbul dengan sendirinya, tetapi harus melalui sebuah interaksi sosial, sehingga ada proses pembelajaran atas makna selama proses interaksi itu berlangsung (Haris & Amalia, 2018). Pemaknaan atas simbol-simbol komunikasi ini juga akan ditentukan oleh beberapa kondisi simbol yang disampaikan. Simbol-simbol tersebut bisa disampaikan dalam bentuk yang maknanya bisa dipahami bersama, selain itu ada yang bersifat koordinasi atas tindakan-tindakan lanjutan yang tujuan komunikasinya ditentukan oleh komunikatornya, dan terakhir adalah komunikasi

yang bersifat spesifik dalam suatu komunitas yang memungkinkan adanya perbedaan pemaknaan dari masing-masing pihak yang terlibat (Alamsyah & Prasetyo, 2018).

Politik sebagai interaksi sosial juga memiliki simbol-simbol dalam kegiatan interaksinya. Kegiatan-kegiatan tersebut meliputi kegiatan penepatan bakal calon, konsolidasi internal, kegiatan persuasif dengan para tokoh bahkan dalam proses membangun image calon serta jual beli suara (*vote buying*) (Sjafrina, 2019). Kegiatan-kegiatan tersebut menimbulkan biaya yang tidak sedikit dan harus dikeluarkan oleh kontestan dalam rangka pemenangan dirinya dalam sebuah kontestasi politik, baik itu di level desa sampai dengan pemilihan presiden dan wakil presiden. Proses yang sedemikian panjang ini dan ditopang oleh tingkat literasi yang rendah menjadikan biaya politik menjadi tinggi bahkan menjadi tindakan yang melanggar hukum, meskipun sulit untuk dibuktikan (Anugerah, 2011; Farida, 2019).

Penepatan calon ditandai dengan proses untuk mendapatkan rekomendasi dari partai politik ataupun ormas tertentu untuk kontestasi pemilihan kepala daerah sampai dengan pemilihan presiden dan wakil presiden, sedangkan dalam kontestasi pemilihan kepala desa ditandai dengan dukungan dari tokoh masyarakat setempat. Penepatan calon ini memiliki konsekuensi biaya yang kadang dikenal dengan mahar politik (Sjafrina, 2019). Bahkan setelah calon yang didukung melalui rekomendasi tersebut memenangkan pemilihan masih harus berkompromi dengan kepentingan para pemberi rekomendasi tersebut.

Konsolidasi internal biasanya ditunjukkan dengan pembentukan tim sukses yang akan mengupayakan kemenangan calon tersebut (Fitriyah, 2011; Solihah, 2018; Fitriyah, 2015). Segala bentuk kebutuhan biaya dalam kegiatan koordinasi dengan konstituen, tokoh masyarakat dan bahkan marketing politik harus juga disediakan oleh kontestan. Bahkan dalam kegiatan yang lebih kotor yaitu jual beli suara akan juga dikoordinasikan oleh para tim tersebut. Dalam hal ini segala bentuk komunikasi biasanya tidak semuanya dinyatakan secara lugas, tetapi dinyatakan kedalam simbol-simbol tertentu sebagai sebuah upaya koordinatif dan bahkan pragmatis.

Dinamika Pilkades di Madura

Pilkades merupakan salah satu kontestasi politik yang menarik, terutama setelah disahkannya (Undang-Undang Tentang Desa, 2014) dan segenap aturan pelaksanaan dibawahnya. Pilkades di Madura bahkan bisa melibatkan para pihak yang tidak ada kaitannya dengan hak politik yang dimiliki oleh para pihak di daerah yang sedang menggelar pilkades tersebut. Kontestasi politik tertentu, biasanya mengandalkan kharisma dan daya tarik kontestan dan kesetiaan pemilih atau keputusan pemilih untuk memilih salah satu kontestan, sementara itu pihak lain hanya menjadi pelengkap dalam membangun *image* dan kekuatan *branding* kontestan. Pilkades di Madura bisa melibatkan orang-orang diluar wilayah pelaksanaan pilkades tersebut dan bahkan bisa memiliki potensi membantu dalam kemenangan salah kandidat, karena ada beberapa pusat kekuasaan di Madura selain kepala desa, diantaranya adalah kekuasaan kiai, kekuasaan juragan, kekuasaan (Zamroni, 2007; Abdur Rozaki, 2009; Raditya, 2011; Halili, 2009).

Semua pihak tersebut memainkan perannya masing-masing dalam rangka menarik minat para pemilih untuk memberikan suaranya kepada para kandidat yang didukungnya. Kepentingan lain yang masuk dalam kontestasi pilkades di Madura adalah bandar/pemian judi yang berkepentingan mengatur suara pemilih dalam rangka kepentingan permainan perjudiannya. Sementara itu juragan yang memiliki kepentingan ekonomi di suatu wilayah yang sedang menggelar acara pemilihan kepala desa akan juga melakukan urusan penyediaan dana untuk membiayai salah satu kandidat yang dapat mengamankan kepentingannya (Halili, 2009). Bahkan dengan berbagai kepentingan tersebut tidak jarang akan ditemukan maraknya isu *money politik* yang dilakukan oleh semua pihak, meskipun pada kenyataannya sulit dibuktikan. Atas dasar kejadian-kejadian tersebut, maka pilkades kemudian dilakukan secara serentak semenjak tahun 2015. Hal tersebut dilakukan dalam rangka efisiensi biaya penyelenggaraan dan mengeliminir keterlibatan para pihak yang tidak memiliki hak politik secara langsung di desa yang sedang mengadakan pemilihan (Halili, 2009; Imam & Ma'mun, 2017; Tini, 2017).

Madura sebagai daerah yang keras dan diidentikkan dengan budaya *carok*, dalam dunia politiknya juga harus mempertimbangkan untuk melibatkan salah satu poros kekuasaan, yaitu para jagoan atau kaum blater. Kelompok ini dikenal taktis dalam melakukan konsolidasi massa dengan menggunakan motif-motif premanisme dalam upaya pemenangan kandidat kepala desa di suatu daerah tertentu. Para kaum blater yang memiliki keunggulan dalam bermain dengan rasa takut masyarakat bisa menciptakan atmosfer pengaruh tersendiri dalam sebuah kontestasi pilkades. Bahkan *back-up* yang diberikan bukan hanya dalam penggalangan suara, tetapi juga bisa dana yang nantinya juga akan berdimensi pada kepentingan-kepentingan mereka setelah pilkades berhasil dimenangkan oleh kandidat yang didukungnya. Pelibatan para jagoan ini hampir merata di seluruh daerah di Madura, karena mereka juga berusaha mempertahankan eksistensinya dengan tidak menguasai sektor ekonomi tetapi juga penguasaan struktural melalui politik dan demokrasi (Ainillah, 2016; Ikmal & Arifin, 2020)(Raditya, 2011; Tini, 2017)(Halili, 2009; M. I. Zamroni, 2007).

6 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dimana penelitian ini dilakukan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian terkait perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara kholistik dan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah (Moleong, 2016). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang peduli kepada perspektif partisipan (Emzir, 2012). Penelitian ini juga menekankan kepada sifat realita yang terbangun secara sosial (Farida Nugrahani, 2014). Penelitian ini juga akan melakukan pemaknaan atas interpretasi atas bahasa-bahasa simbolik yang disajikan oleh masyarakat dalam perhelatan pilkades dan tindakan-tindakan kepala desa terpilih yang berdimensi biaya berdasarkan karakteristik biaya dalam akuntansi biaya, karena penelitian kualitatif akan bermuara pada deskripsi epik, pemaknaan (Satori & Komariah, 2017).

Penelitian ini juga menggunakan perspektif interpretif dengan cara menyelami para pelaku kegiatan di pilkades terutama dalam memahami makna simbolik yang disampaikan komunikator dan juga penerima pesannya. Memahami secara mendalam atas makna komunikasi simbolik ini penting, karena tidak semua makna bisa dipahami oleh masing-masing pihak yang terlibat dalam perhelatan pilkades. Bahkan para pihak yang terlibat tidak teridentifikasi dengan baik, karena tidak adanya struktur yang baku dalam kepemimpinan tim suksesnya, sehingga dibutuhkan sebuah teknik pengumpulan data yang mendalam dalam rangka memahami subjektivitas para pelaku (Chariri, 2009).

Penelitian dilakukan di Pamekasan dengan menggunakan menggunakan desa yang memiliki populasi hak pilih dibawah 1000 orang dan desa yang memiliki hak pilih dikisaran 2.000 orang. Jumlah hak pilih tersebut biasanya akan menentukan jumlah biaya yang harus dipersiapkan oleh para kandidat, karena jumlah pemilih yang lebih sedikit akan menyebabkan para kandidat atau para bandar judi untuk lebih kuat dalam melakukan spekulasi, apalagi kandidat yang sedang bertarung adalah musuh bebuyutan (calon yang sebelum-sebelumnya telah berkompetisi dan menjadi rival abadi). Adapun desa dengan populasi hak pilih dikisaran lebih dari 4.000 orang, biasanya akan mempertimbangkan kompetisi antar calon.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi partisipatori dengan melibatkan diri pada perhelatan pelaksanaan pilkades. Selain bersifat partisipatori tersebut, peneliti juga menggunakan pengalaman pribadinya dalam pelaksanaan pilkades dan bahkan setelahnya sebagai sebuah pengalaman sepanjang hayat yang akan membantu proses identifikasi data yang kemudian akan dikonfirmasi kepada kelompok lain dalam sebuah wawancara yang mendalam dalam mengungkapkan makna simbol dalam komunikasi yang dibangun oleh para pihak. Selain pengamatan atas fenomena di lapangan, belakangan ini rekam jejak digital bisa ditangkap dalam berbagai foto dan status dan bahkan update informasi yang dibagikan dalam media sosial masing-masing pihak yang terlibat dalam pilkades.

53 Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah kandidat yang tidak terpilih dalam kontestasi pilkades tahun 2022. Selain calon yang langsung berhubungan dengan kontestasi tersebut, informan pendukung adalah para tim sukses yang memiliki peran cukup signifikan dalam sirkulasi kegiatan dan bahkan aliran dana dari para kontestan untuk didistribusikan kepada para pemilih dan bahkan dalam kegiatan-kegiatan penggalangan dukungan. Selain dari pihak yang sedang berkompetisi, masyarakat juga ikut dilibatkan

dalam kegiatan ini, karena masyarakat juga mengirimkan sinyalemen pesan kepada para kandidat dalam upaya memenuhi harapan mereka untuk diperhatikan oleh para kandidat.

Pembahasan

42

Pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung kepada kandidat yang memenangkan kontestasi akan sulit sekali dilakukan, karena hal ini dianggap akan menjadikan mereka sebagai korban yang melakukan tindakan politik uang. Hal ini pernah disampaikan kepada Kepala Desa Duko Timur di Pamekasan yang kemudian menyatakan:

Jangan membicarakan itu dik, karena nantinya saya khawatir bisa terjebak kedalam praktik politik uang. (Lutfianto)

Pernyataan tersebut sebenarnya tidak salah, karena pihak yang kalah biasanya akan melakukan gugatan atas keabsahan proses pemenangan salah satu calon, sebagaimana pada praktek Pilkada ataupun bahkan dalam kontestasi pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Padahal dalam setiap kontestasi, ada biaya yang dikorbankan dalam rangka memenangkan hati pemilih untuk memilih salah satu kandidat. Bahkan pembentukan tim sukses yang akan mengkondisikan masyarakat agar tidak berpaling kepada kandidat yang lainpun juga sama-sama dibentuk oleh para kandidat, dan akan sama-sama melakukan kecenderungan politik uang sebagaimana pernyataan (Halili, 2009).

Nyaghêrêh dan ekareng towa'ah

Berdasarkan kondisi diatas, maka proses konfirmasi data dilakukan kepada para pihak yang mengalami kekalahan, sehingga informasi yang bisa dikumpulkan menjadi lebih banyak dan bisa memberikan pemahaman yang lebih komperhensif. Para individu yang bukan merupakan petahana biasanya akan melakukan proses penjajakan pencalonannya atau juga proses memperkenalkan dirinya dengan secara aktif terlibat dalam segala bentuk kegiatan masyarakat, terutama yang bersifat sosial. Kegiatan ini penting untuk dilakukan sebagai upaya menyerap kepada aspirasi dari masyarakat dan juga menunjukkan komitmen dalam peduli dan bahkan mengabdikan untuk melayani kepentingan masyarakat. Kegiatan ini tidak terlepas dari falsafah masyarakat Madura atas pemimpinannya yang mengharapkan pemimpin yang *nyaghêrêh* (bisa mengambil falsafah laut yang bisa menerima segenap lapisan masyarakat sebagai bagian dari unsur yang dipimpinya tanpa perduli latar belakang dan basis dukungannya).

Selain falsafah nilai tersebut, masyarakat Madura akan menganggap kepala desa sebagai orang tuanya, sehingga sering dikatakan bahwa *kalebun ekareng towa'ah* (kepala desa akan dijadikan orang tua oleh masyarakatnya). Pernyataan tersebut akan menyiratkan makna bahwa kepala desa harus siap melayani masyarakatnya bahkan dalam dimensi mengeluarkan biaya sekalipun. Bahkan dalam kegiatan memperkenalkan dirinya, calon kepala desa akan sering datang dalam segala bentuk kegiatan masyarakat, baik itu sosial, pendidikan dan terutama *takziah* ke keluarga yang sedang ditimpa kemalangan dengan membawa sumbangan yang nantinya bisa mengikat simpati calon pemilihnya. Kegiatan merawat konstituen itu akan dilakukan secara terus menerus sebagai upaya mempertahankan potensi perolehan suranya. Hal ini bisa disaksikan pada setiap kali akan terjadi pemilihan kepala desa, dimana sang penantang akan sering turun ke masyarakat, dan ini dibenarkan oleh salah satu calon kepala desa yang menyatakan:

Kalau tidak turun langsung ke acara kifayah untuk takziah, masyarakat menganggap kita tidak serius dalam mencalonkan diri sebagai kepala desa. Bahkan kita harus selalu hadir dalam segala bentuk kegiatan masyarakat, karena masyarakat selalu memperhatikan kita. (Farisun)

Pernyataan tersebut dibenarkan oleh masyarakat yang akan menjadi pendukungnya, dimana calon kepala desa yang jarang turun ke masyarakat akan mendapatkan apresiasi yang negatif dari calon pemilihnya, sebagaimana pernyataan berikut:

Bagaimana mungkin bisa memimpin masyarakatnya, sedangkan ada apa-apa saja di lingkungannya tidak mau tahu. (Hozairi)

Pernyataan tersebut tidaklah salah, karena meskipun tidak punya materi untuk disumbangkan, kehadiran seorang tokoh atau mau menisbatkan dirinya sebagai tokoh itu penting bagi masyarakat. Sumbangan berupa materi itu adalah sebuah upaya menunjukkan kesungguhan sang kontestan saja. Bahkan dalam kondisi tertentu, kebaikan dalam melayani masyarakat dengan mengantarkan dan menguruskan administrasinya ketika ada orang sakit, orang meninggal dan memiliki kebutuhan administratif formal lainnya bisa mengantarkan seseorang memenangkan kontestasi pilkades, sebagaimana yang terjadi di desa Blumbungan Pamekasan, dimana dinyatakan oleh masyarakatnya sebagai berikut:

Kalau beliau pantas bisa jadi kepala desa, karena meskipun sebelumnya tidak jadi perangkat desa, namun ketika ada masyarakat membutuhkan bantuan, maka akan diantarkan dan diuruskan segala kebutuhannya. (Jamil)

Bahkan pasca kemenangan seseorang dalam pilkades dan telah menjadi kepala desa, kegiatan melayani ini harus terus dilakukan sebagai sebuah pembuktian dalam fungsinya sebagai orang tua bagi masyarakatnya. Dalam sebuah perjalanan dengan salah seorang kepala desa, beliau menyatakan harus menanggung biaya pendaftaran awal masyarakatnya yang akan dirawat di puskesmas, karena tidak memiliki kartu jaring pengaman sosial. Biaya tersebut dikeluarkannya dalam upaya meredakan anggapan masyarakat atas ketidakpedulian kepada masyarakatnya, sebagaimana pernyataan:

Sebentar lagi harus keluar uang satu juta, karena ada salah satu masyarakat yang harus dirawat di puskesmas dan tidak memiliki kartu BPJS. (Wiarda)

Pengeluaran ini akan sangat variatif tergantung kepada siapa yang sedang melaksanakan hajatan atau bahkan kegiatan sosial, namun yang jelas ini selalu dikeluarkan sebagai bentuk pengorbanan orang tua kepada anaknya. Bahkan ketika telah menjadi kepala desa tidak lagi berbasis massa pendukungnya atau bukan, karena jika membedakan akan dianggap tidak *nyaghêrêh*. Jika hal ini terjadi, maka mempengaruhi elektabilitas calon pada masa-masa berikutnya. Selain dalam bentuk kunjungan kepada perseorangan, komunikasi efektif yang lain yang bisa dibangun adalah dengan mendatangi warung-warung kopi yang ada di desa pelaksanaan pilkades.

Kegiatan para kandidat di warung kopi dilakukan untuk menyampaikan ide-ide atau gagasan politik dalam membangun desa atau bahkan untuk menawarkan kompromi dengan masyarakat pemilihnya. Warung kopi juga dijadikan sebagai tempat untuk menjaring informasi dari bawah untuk kemudian diolah oleh para tim sukses dalam memastikan calon pemilihnya tidak berpindah kepada calon yang lain. Biaya yang dikorbankan oleh para calon dan tim suksesnya adalah dengan melakukan traktir kepada para pengunjung warung kopi tersebut atas minuman yang dinikmatinya serta biasanya rokok yang juga menjadi sajian pendukungnya. Bahkan kegiatan ke warung kopi juga harus sering dilakukan oleh kandidat yang memenangkan kontestasi pilkades tersebut.

Biaya dalam proses membangun pencitraan diri ini terkategori kedalam biaya variable yang bersarannya ditentukan oleh banyaknya orang yang didatangi, jumlah acara yang didatangi, dan intensitas ke tempat tertentu tempat berkumpulnya massa sebagaimana warung kopi. Hal tersebut tidak bisa ditentukan jumlahnya, karena berbeda orang dan acaranya serta kuantitasnya juga akan menyebabkan perbedaan biaya yang harus dikeluarkan. Keunikan biaya ini adalah harus tetap dikeluarkan, meskipun seorang kandidat telah memenangkan kontestasi dalam pilkades tersebut.

Panglima (Tim Sukses)

Setelah menyampaikan secara ⁴⁴ formal dengan sering mengunjungi kegiatan yang banyak dilakukan di masyarakat, maka kemudian calon kepala desa akan membentuk tim sukses yang biasanya terdiri dari keluarga terdekat, simpatisan utama (orang kepercayaan), para koordinator lapangan dan para jagoan atau blater. Penyebutan panglima ini biasanya disematkan kepada para simpatisan utama, koordinator lapangan dan juga para blater yang akan mengkoordinasikan segenap upaya pemenang calon dengan segala bentuk kegiatan, baik formal maupun non formalnya. Semua tim ini akan mendapatkan dana operasional untuk terus memantau pergerakan suara calon pemilih, khususnya dalam rangka menghitung secara pasti janji calon pemilih yang akan memberikan suara pada calon pemilihnya. Para panglima ini memiliki jatah uang operasional harian berikut rokoknya, meskipun dengan jumlah dan

jenis yang berbeda dan pemberiannya akan diberikan dengan konsep mingguan atau kondisional sesuai dengan kebutuhan di lapangan.

Panglima-panglima ini memiliki tugas yang berbeda dalam mengkonsolidasi suara pemilih. Keluarga terdekat biasanya akan menjadi fasilitator dalam mengkomunikasikan kebutuhan para panglima di lapangan dengan pihak calon. Pihak keluarga inilah yang akan menyiapkan uang untuk dibagikan kepada para panglima ataupun kepada para simpatisan dan kebutuhan lainnya dalam rangka kelancaran proses pencalonan. Semenata itu simpatisan utama yang akan diberikan tanggungjawab untuk memantau dalam sebuah komunitas yang lebih luas atau setingkat dusun atau beberapa dusun. Tugas simpatisan utama ini biasanya akan secara berkala melakukan rekap jumlah pemilih yang telah berjanji setia dan juga yang masih ada kecondongan kepada salah satu calon. Simpatisan utama ini akan didampingi oleh koordinator lapangan yang akan bertugas melakukan penjagaan dalam ruang lingkup kecil yang terdiri dari keluarga terdekat atau dalam satu lingkungan *tanean lanjhêng* (kelompok lingkungan perumahan tertentu) untuk tidak dimasuki oleh kandidat lain, dan disinilah patron-klien menunjukkan fungsinya dalam konsolidasi suara pemilih (Hefni, 2009). Sementara para blater akan menjadi orang yang bertugas untuk melakukan *back-up* jika terjadi konflik fisik, karena para blater ini memiliki ketegasan dan keberanian dalam menghadapi konflik fisik.

Para panglima ini memiliki tugas yang tidak mudah, karena harus menjamin komitmen yang telah dibangun oleh pemilih untuk memilih kandidat yang didukungnya tidak pindah kepada kandidat lain. Selama proses pendataan calon pemilih yang mau membangun komitmen memilih kandidat yang didukungnya, para panglima ini telah mengantongi sejumlah dana operasional yang bisa digunakan untuk menjaring pemilih atau sekedar untuk rokok yang bisa dijadikan media untuk membuka pembicaraan dengan masyarakat calon pemilih. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh salah satu panglima calon berikut:

Jika telah semakin mendekati pemungutan suara, kami harus semakin sering mengunjungi masyarakat untuk menanyakan kecondongan pilihannya kemana dan untuk membuka pembicaraan bisa dengan menyuguhkan rokok dan mengajaknya berbicara tentang calon yang akan dipihnya. Rokoknya sudah disediakan oleh pihak calon, dan jika tidak ada sebagaimana rokok yang biasa dikonsumsi, maka biasanya diberikan uangnya. Ini juga berikut uang bensinnya dan uang pulsanya, jadi kami akan beberapa hari sekali akan bertamu ke rumah calon untuk berkoordinasi dan mengambil jatah operasional. (Hozairi)

Para panglima biasanya akan melakukan pengawalan secara resmi mulai dari saat penyebaran formulir undangan pemungutan suara kepada para pemilih. Para panglima akan segera mengumpulkan surat undangan para pemilih yang telah membangun komitmen untuk memenangkan calon yang didukungnya yang telah diserahkan oleh panitia pemilihan. Undangan ini biasanya diserahkan H-1 dengan didampingi oleh saksi dari masing-masing calon yang akan berkompetisi. Setelah itu dilakukan oleh panitia, maka panglim-panglima tersebut akan mendatangi rumah-rumah calon pemilih yang telah membentuk komitmen dengan dirinya untuk mengumpulkan undangan yang akan digunakan untuk pemungutan suara pada keesokan harinya. Undangan ini akan menjadi pengikat bahwa calon pemilihnya tidak akan mengingkari komitmennya pada hari pemungutan suara. Hal itu sebagaimana dikatakan oleh salah satu panglima:

Surat undangan itu kalau tidak dikumpulkan bisa disalah gunakan oleh pemilih dengan menjualnya kepada para pemain (penjudi), atau bahkan dijual kepada pihak lawan. Kalau ini terjadi, maka biaya komitmen yang telah dibayarkan akan menjadi sia-sia. (Ahmad)

Undangan pemungutan suara tersebut akan diberikan pada saat hari setelah mendekati tempat pemungutan suara dan para panglima ini harus bertugas mengamankan para calon pemilih potensalnya dari rumah sampai ke tempat pemungutan suara agar tidak dipengaruhi oleh pihak lawan. Proses penghilangan potensi suara juga bukan hanya dari pihak rival tetapi juga dari pihak pemain yang ingin memanfaatkan suara mengambang untuk memenangkan pertaruhannya, sebagaimana yang dinyatakan (Halili, 2009). Proses membawa pemilih ini akan dilakukan dengan berbagai cara dan biasanya memobilisasinya dengan menggunakan angkutan yang juga menjadi tempat kampanye terselubung.

Biaya yang dikorbankan dalam rangka mengawal suara ini akan dilakukan sekali pada saat pelaksanaan dan akan menjadi biaya variabel sebanyak intensitas kegiatan yang dilakukan.

Para blater atau jagoan juga akan kebersamai Kepala Desa terpilih sebagai bentuk pengamanan atas desa yang telah menggunakan jasa dirinya dalam proses pemenangannya. Para jagoan ini akan tampil sebagai pengamanan informal yang akan melakukan koordinasi dengan jejaring para blaternya, jika terjadi tindak pidana terutama pencurian hewan ternak (Ikmal & Arifin, 2020)(Ainillah, 2016). Kekuatan jejaring ini dipercaya mampu memberikan nilai lebih bagi blater untuk terlibat dalam sebuah perhelatan pemilihan kepala desa di Madura, sebagaimana dinyatakan sebagai berikut:

Para blater itu penting dalam upaya menitipkan keamanan desa, sehingga kalau ada para blater itu berkeliaran pada saat pilkades, itu sebenarnya untuk menunjukkan bahwa merekalah nanti setelah kandidatnya menang yang akan menjaga keamanan desa. (Muhaji)

Praktek seperti ini sebenarnya adalah sedikit intimidatif, namun masyarakat yang masih permisif percaya saja bahwa mereka akan lebih aman, jika dijaga oleh lebih banyak jagoan yang dimiliki oleh salah satu kandidat. Para jagoan ini akan dengan bebas berkeliling desa untuk menunjukkan eksistensi dirinya yang ditandai dengan pakaian jaket kulit hitam, songkok nasional yang agak tinggi, dengan kumis tebal dan wajah sangar. Para blater ini seakan juga menebar sebuah pesan, jika calonnya kalah, maka keamanan desanya tidak terjamin. Para jagoan ini lebih terjamin operasionalnya dibandingkan para panglima yang memang berjuang untuk desanya sendiri, sementara para jagoan adalah semacam tentara bayaran yang setia ketika kebutuhannya terpenuhi.

Selama proses kontestasi, biasanya rokok dan uang representasi akan selalu disediakan oleh para kandidat yang menyewanya atau meminta bantuannya. Para jagoan ini juga dihadirkan oleh para juragan yang telah biasa menyewa jasanya untuk mengamankan objek-objek vitalnya atau kepentingan usahanya, sehingga dengan ini para kandidat akan lebih terikat dengan para juragan, karena selain upaya untuk mendapatkan dana dalam rangka kemenangan dirinya, kadang juga terikat dengan harus memakai jasa blater tertentu. Jika kandidat tersebut menang, maka biaya memelihara kerja sama dengan blater ini akan berlanjut dan tidak ditanggung oleh para juragan, tetapi ditanggung oleh Kepala Desa terpilih.

Sementara biaya yang dikorbankan secara personal kepada para panglima dan para blater ini oleh para calon kepala desa ini akan mengikat tidak hanya pada saat pelaksanaan pilkades. Biaya lain yang harus dikeluarkan selain biaya operasional adalah biaya menjaga komitmen dan rasa perhatian yang harus diberikan oleh para calon kepala desa kepada para panglima ini harus terus dilakukan. Bagi kepala desa terpilih biasanya memberikan jabatan politik tertentu sebagai kompensasi kepada tokoh atau kelompok keluarga tertentu yang dianggap paling berjasa dan memiliki potensi suara potensial serta memiliki kecakapan dalam pemerintahan. Sementara itu untuk para coordinator lapangan biasanya diberikan bingkisan setiap kali akan menjelang hari raya, sebagaimana pernyataan berikut:

Alhamdulillah dapat sarung setiap tahun dari Bapak Kepala Desa, dan ini bukan seberapa kualitas dan harganya, tapi bentuk penghargaannya kepada kita. Artinya kita masih diingat sebagai orang yang berperan dalam pemenangannya. (Hozairi)

48

Jenis bingkisan yang diberikan biasanya tidak sama satu dengan yang lain, karena hal ini berhubungan dengan seberapa strategis hubungan para panglima tersebut dengan Kepala Desanya. Bahkan di sebagian daerah bisa diberikan sarung dengan kualitas super sekelas merek lamiri. Pengeluaran untuk memelihara kesetiaan para panglima ini perlu dilakukan sepanjang waktu, karena seorang Kepala Desa terpilih sekalipun akan berupaya untuk mempertahankan kekuasaannya, dan panglima yang solid akan memudahkan koordinasi pada masa-masa berikutnya. Hal yang sama akan dilakukan juga oleh kandidat yang tidak terpilih yang juga akan memelihara panglima-panglimanya, jika masing berkeinginan mencalonkan diri di masa yang akan datang. Pengeluaran untuk memelihara para panglima ini merupakan biaya variabel yang bergantung kepada jumlah panglima yang dimiliki dan juga even-even penting yang berkaitan dengan para panglima tersebut diluar perayaan hari raya.

Ghuruh (Guru Spiritual)

Ghuruh (guru) dalam kegiatan pilkades tidak diidentifikasi sebagai seorang guru yang memberikan materi pembelajaran tertentu pada jenjang pendidikan tertentu. Ghuruh pada momentum pilkades adalah orang yang akan dimintai pertimbangan tertentu dalam kaitan spiritualitas kandidat ataupun kondisi meta fisik yang tidak bisa dinalar dengan menggunakan logika. Para ghuruh ini memiliki peran untuk memberikan izin kandidat dalam meneruskan proses pencalonannya atau tidak. Bahkan dalam kondisi pemilih yang masih permisiv, kehadiran para ghuruh ini akan membantu menciptakan opini publik dalam menyatakan siapakan yang layak memimpin desa tersebut.

Bahasa yang biasa dikenal oleh masyarakat Madura dalam kaitannya dengan keterlibatan ghuruh ini adalah *komalah* (sinar keberuntungan). Penanda bahwa seseorang telah mendapatkan *komalah* adalah biasanya seorang calon kepala desa akan mengalami pingsan untuk beberapa saat. Untuk memastikan ini komalah atau bukan, itu adalah tugas guru spiritualnya tersebut untuk menyatakan. Jika hal itu adalah betul, maka kabar itu akan disebarakan kepada masyarakat, bahwa *komalah* telah masuk kedalam jasad seorang kandidat, dan biasanya masyarakat akan terstimulasi untuk memilih salah satu calon tersebut. *Komalah* ini biasanya muncul pada malam hari sebelum pelaksanaan ataupun sebelum-sebelumnya, oleh sebab itu selalu dilaksanakan do'a bersama dan berjaga-jaga agar momen-momen penting secara spiritual juga tidak terlewatkan.

Seorang *ghuruh* ini akan juga kebersamai Kepala Desa terpilih untuk memberikan pertimbangan-pertimbangan spiritual dalam melaksanakan pemerintahan desa dan juga berhubungan dengan masyarakat. Para *ghuruh* ini bisa terdiri dari tokoh agama di desa calon kepala desa itu sendiri yang biasanya akan dipakai sebagai pemimpin dalam do'a-do'a bersama untuk pemenangan calon yang biasanya juga akan dipertimbangkan sebagai salah satu pusat kekuasaan desa yang bisa nantinya menggiring pemilih, sebagaimana (Ainillah, 2016). Selain tokoh agama yang berasal dari daerah setempat, biasanya calon kepala desa biasanya akan mencari tokoh-tokoh spiritual yang terkenal bisa mengantarkan calon kepala desa di daerah lain sebagai pemenangnya, bahkan jumlahnya tidak hanya satu atau dua orang saja, jumlahnya kadang bisa puluhan. Pola biaya yang dikeluarkan oleh calon kepala desa kepada para *ghuruh* ini adalah dengan pola *cabisan* (salam tempel dengan memberikan uang pada yang diberikan pada saat *sowan/* berkunjung).

Calon kepala desa biasanya akan *sowan* kepada tokoh agama di desanya sendiri dengan memohon do'a dan restu atas proses pencalonannya. Setelah kunjungan pertama, biasanya akan dilakukan tindak lanjut untuk membangun komitmen dalam rangka mendukung calon tersebut. Setiap kunjungan pastinya akan ada *cabisan* yang diberikan kepada sang tokoh agama tersebut. Hal ini dianggap efisien, karena seorang tokoh agama memiliki santri dan santri beserta aluminya memiliki keluarga yang nantinya akan tunduk dan patuh kepada gurunya. Jika salah satu tokoh agama tersebut telah menyatakan komitmen mendukung, maka berikutnya akan lebih mudah membangun komitmen dengan santrinya dan biayanya biasanya akan menjadi lebih murah.

Selain *cabisan* yang berupa uang, *cabisan* lain yang biasa diberikan kepada seorang tokoh laki-laki adalah rokok dan jumlahnya bukan dalam hitungan bungkus, akan tetapi biasanya dalam bentuk slop (isinya 10 bungkus). Sementara sang istri calon kontestan akan membawa kebutuhan pokok sebagai bentuk tali asih kepada seluruh keluarga yang dianggap *ghuruh* tersebut. Frekuensinya tidak akan sekali dua kali akan tetapi bisa berkali-kali sesuai dengan urgensi perkembangan politik di desa tersebut, karena seorang *ghuruh* akan mengeluarkan pernyataan resmi akan mendukung siapa dan kadang juga mengeluarkan fatwa "tidak akan mengakui sebagai muridnya, jika membangkang dari pilihan politiknya". Komitmen ini tentunya tidak akan gratis begitu saja, karena kandidat yang memenangkan kontestasi tersebut, harus tetap memberikan sumbangsih tali asih setiap kali ada perhelatan yang diadakan oleh para *ghuruh* tersebut.

Jumlah yang cukup besar juga akan dikeluarkan oleh para calon kepada *ghuruh* yang dari luar adalah dengan menyewakan pusaka tertentu kepada sang calon kepala desa. Pusaka tersebut tidak akan dinyatakan dengan nominal tertentu, akan tetapi biasanya dinyatakan dengan keikhlasan atau dengan menyumbang kepada lembaga tertentu. Jumlah ini memang akan dibayarkan sekaligus sebagai sebuah kebaikan atas barang yang dipinjamkan, karena biasanya barang ini tidak begitu saja didapatkan oleh sang *ghuruh* tersebut.

Biaya ini akan menjadi biaya variable, karena tidak hanya menjadi jual dukungan yang setelah perhelatan selesai akan juga selesai, tetapi akan berkelanjutan seiring dengan keinginan para kontestan untuk berlaga, baik atas namanya sendiri atau pihak lain yang didukungnya. Jumlah yang dikeluarkan tidak hanya terbatas kepada materi, akan tetapi juga bisa dinyatakan dalam bentuk perbuatan yang bisa meringankan beban para *ghuruh* dan konstituennya tersebut. Sementara untuk para *ghuruh* yang dari luar, ada yang sifatnya biaya tetap yang dibayar sekali dalam proses kontestasi tersebut.

Menjelang Pelaksanaan

Setelah kelengkapan aktor pendukung pencalonan telah disiapkan dan proses memperkenalkan diri membangun pencitraan diri telah dilakukan, dan pada dua kegiatan tersebut komunikasi yang dibangun adalah komunikasi searah yang lebih didominasi oleh calon kepala desa. Kegiatan berikutnya adalah berfokus untuk persiapan menjelang pemungutan suara, dimana pada masa ini semua kandidat akan mengerahkan segenap upaya terbaiknya untuk menjaring suara calon pemilih atau minimal tidak kehilangan basis pemilihnya yang telah membangun komitmen.

Intensitas kegiatan dan jumlah biaya yang akan dihabiskan akan juga bergantung kepada lawan politik yang dihadapi. Seorang penantang yang memiliki cukup banyak dana, biasanya akan melakukan kegiatan yang cenderung ofensif bahkan cenderung intimidatif, baik dengan kekuatan para jagoan ataupun dengan kekuatan dana yang dimilikinya. Lamanya kegiatan juga akan ditentukan oleh kekuatan masing-masing calon. Seorang penantang yang memiliki cukup dana untuk pemenangannya bahkan bisa mengawali konsolidasi massa terbuka dalam bentuk *parnyo'onan*, *angin tang ngin*, atau bahkan *ajègèh* jauh-jauh hari sebelum penetapan calon oleh panitia pemilihan kepala desa. Disisi yang lain, petahana yang memperkirakan rivalnya cukup berat, juga akan melakukan persiapan yang jauh lebih berat. Sementara itu, jika kompetisinya sudah bisa diperkirakan tidak akan memberikan perlawanan berarti, maka persiapan akan dilakukan pada saat setelah penetapan calon. Secara garis besar, lamanya persiapan menjelang pelaksanaan pemungutan suara adalah antara enam sampai tiga bulan sebelum pelaksanaan pemungutan suara.

***Parnyo'onan* (Do'a Bersama)**

Do'a bersama akan menjadi ajang untuk mulai menunjukkan kekuatan para calon, karena biasanya kegiatan yang dilakukan oleh salah satu calon akan dihadiri oleh para simpatisannya. Orang yang memimpin do'a bersama dan jamaah yang hadir akan disinyalir sebagai simpatisan dari calon yang menggelar do'a bersama tersebut dan mulailah terjadi pengkotakan dukungan yang diidentifikasi dengan istilah *orengngah sapah* (massa pendukungnya siapa). Hal ini disebabkan oleh pada pelaksanaan pilkades tidak ada simbol partai akan tetapi yang ada adalah masyarakat ikut kegiatannya siapa.

Orang yang datang ke acara *parnyo'onan* tersebut biasanya akan disuguhi berbagai sajian dan ini biasanya ada undangan khusus para kandidat kepada para konstituennya yang telah membangun komitmen dengannya. Jumlah yang hadir juga akan dipengaruhi juga oleh bacaan yang akan dibacakan pada saat *parnyo'onan* tersebut. Jumlah orang yang hadir ini, ada yang memang bersifat aktif setiap saat pelaksanaan dan ada yang memang diundang pada pembacaan do'a-do'a tertentu. Selain konsumsi yang berupa makanan dan minuman, suguhan lainnya adalah rokok yang biasanya berasal dari juragan yang ikut membiayai pencalonan seseorang.

Jika yang dibacakan hanya pembacaan yasin dan tahlil sebagaimana biasa, maka kehadiran masyarakat yang diharapkan oleh para kandidat tidak harus dalam jumlah tertentu. Jumlah ini akan berbeda, jika yang dibacakan adalah bacaan yang cukup panjang dan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mengkhatakannya, maka jumlahnya harus disesuaikan untuk tidak membebani orang yang didatangkan dalam *parnyo'onan* tersebut.

Kegiatan *parnyo'onan* ini juga tidak terkonsentrasi di rumah calon kepala desa, tetapi bisa tersebar di beberapa titik yang dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan basis massa pemilihnya. Titik-titik *parnyo'on* ini biasanya dilakukan di rumah-rumah tokoh masyarakat dan tokoh agama di dusun/kampung tertentu untuk menunjukkan kepada khalayak bahwa tokoh tersebut telah berkomitmen untuk mendukung calon tertentu yang berhasrat menggelar *parnyo'onan* tersebut. Ini akan menjadi

komunikasi yang efektif bagi calon kepala desa untuk meyakinkan calon pemilihnya, karena patron-klien yang cukup kuat di Madura. Selain untuk menunjukkan keterikatan dengan tokoh masyarakat dan tokoh agama tertentu, acara *parnyo'onan* itu juga akan menjadi ajang untuk menunjukkan siapakah juragan yang berada dibalik kandidat tersebut, sebagaimana yang dinyatakan berikut:

Kalau parnyo'onna yang digelar semalam itu diberikan rokok punyanya haji her per orang satu bungkus setiap malam. Kalau sudah begitu, ngapain lagi masih mau berpindah ke lain hati. Sudah orangnya baik, masih didukung orang kaya lagi. (Hozairi)

Pernyataan tersebut menunjukkan penggiringan massa dengan menggunakan nama-nama orang yang disegani akan memberikan dampak psikologis yang cukup baik dalam menggiring opini massa pemilih. Biaya yang dikeluarkan oleh para kandidat dalam kegiatan *parnyo'onan* ini bersifat variable sejumlah banyaknya kegiatan dan titik pelaksanaan kegiatan serta peserta yang hadir dalam kegiatan tersebut dan juga lamanya pelaksanaan kegiatan. Biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan ini berdasarkan intensitasnya memang bersifat biaya tetap, karena hanya akan dikeluarkan pada saat menjelang pemungutan suara dan tidak dilakukan lagi ketika calon tersebut telah memenangkan kontestasinya.

Angin tang ngin (Menjaga Rumah Calon)

Kegiatan menjaga rumah calon kepala desa menjadi penting dilakukan dalam proses pemilihan kepala desa di Madura, karena ini akan menjadi momentum dalam menunjukkan kesiapan kepala desa dengan segenap perangkat pemenangnya. Rumah calon kepala desa yang sepi akan menunjukkan bahwa calon tersebut tidak memiliki kelengkapan tim sukses dan persediaan dana yang cukup untuk bertarung dalam kontestasi pilkades. Orang-orang yang terlibat dalam *angin tang ngin* di rumah calon kepala desa ini biasanya adalah keluarga terdekat dan orang-orang terdekat yang biasanya *bisa kaloar kadêlêm* (melakukan konsolidasi internal dan eksternal).

Proses *angin tang ngin* ini dilakukan setelah pelaksanaan *parnyo'onna* sampai pagi. Pihak calon kepala desa akan menyiapkan hidangan untuk makan pada tengah malam dan minuman yang biasanya kopi serta rokok. Sajian tersebut biasanya akan disediakan selama rentang waktu persiapan penyelenggaraan pemungutan suara, dan biasanya bersamaan dengan acara *parnyo'onna*, namun yang berbeda adalah acara *ngin tang ngin* diperuntukkan untuk orang-orang umum yang ingin bergabung memberikan dukungan moral kepada calon kepala desa tersebut. Sementara itu acara *parnyo'onna* dikhususkan kepada pihak yang diundang untuk memanjatkan do'a khusus untuk kemenangan kandidat tersebut. Acara *angin tang ngin* ini layaknya *open house* yang dilakukan oleh para calon dalam menyampaikan politik terselubungnya (Tini, 2017).

Acara *ngin tang ngin* ini memiliki konsekuensi biaya yang bersifat variabel, dimana jumlahnya akan berbanding lurus dengan jenis sajian dan jumlah sajiannya yang jumlahnya tersebut akan ditentukan oleh jumlah orang yang datang dan jumlah hari diadakannya acara tersebut. Acara ini digelar dalam upaya untuk memantau peristiwa-peristiwa spiritual yang berkaitan dengan calon kepala desa yang didukungnya. Selain itu juga menjaga keamanan dari gangguan para pihak yang memungkinkan secara spiritual bisa merugikan calon yang didukungnya.

Ajêgêh (Penjagaan Basis Suara)

Ajêgêh adalah kegiatan yang dilakukan oleh para simpatisan di kelompok pemukiman yang menjadi basis dukungan salah satu calon tertentu. Penjagaan ini penting dilakukan dalam rangka menjamin komitmen pemilih tidak berpindah kepada calon yang lain. Konsep *ajêgêh* ini akan dilakukan secara berkelompok dengan masyarakat yang ada disitu dan kemudian dikomandani oleh koordinator lapangan yang telah menyatakan setia kepada salah satu calon tertentu. Dalam pemahaman masyarakat Madura, komitmen itu harus dijaga dan bahkan dihormati sebagai bentuk kehormatan bagi orang Madura. Penjagaan dengan pola menggunakan *tanean lanjheng* (kelompok perumahan memanjang dari ujung timur ke barat), bisa diaplikasikan dengan baik dalam rangka menjaga keamanan daerah yang kemudian dikenal dengan *kampong ghunong* (perkampungan pegunungan) dan juga *kampong passer* (Perkampungan pesisir) (Hasan, 2014).

Bahkan jangan coba-coba untuk masuk ke zona yang telah dinyatakan dikuasai oleh salah satu calon tertentu, karena itu akan memantik konflik antar pendukung. Pendukung utama dalam suatu komunitas tempat tinggal *tanean lanjêhêng* yang sekaligus menjadi koordinator lapangan salah satu pendukung calon akan begitu bertanggung jawab atas kesetiaan tetangga dan saudara di sekitar tempat tinggalnya. Mereka akan dijamin kebutuhan logistiknya selama proses *ajêghêh* tersebut, dimana setiap malam semua calon akan mengirimkan nasi bungkus untuk memasok kebutuhan para panglima dan ⁵⁴ordinator lapangannya. Nasi bungkus itu tidak hanya dikhususkan kepada tim suksesnya semata, akan tetapi kepada siapa saja yang berada di pos-pos penjagaannya tersebut.

Nasi bungkus malam-malam itu selalu dinantikan oleh masyarakat selain sebagai hidangan gratis juga sebagai sebuah sarana komunikasi dengan calon kepala desanya untuk menyampaikan keinginan-keinginan masyarakat dalam membangun komitmen dengan calon kepala desa yang hendak dipilihnya. Pada saat tim yang bisa *kaloar kadêlêm* mengantarkan nasi bungkus masyarakat akan berselorol tentang permintaan tertentu kepada calon kepala desanya. Jika itu bentuknya uang, beberapa istilah yang pernah muncul dalam komunikasi masyarakat tersebut pada kisaran tahun 2000an awal adalah *tongkêt*, dimana arti harfiahnya adalah tongkat, sedangkan maksudnya adalah *settong saekêt (tongkêt)* atau satu orang minta dipinang adalah lima puluh ribu.

Pada tahun 2010an sampai saat ini, komunikasi simboliknya berubah dengan beberapa istilah lain, dimana calon kepala desa itu harus *bhêrse* dimana makna harfiahnya adalah bersih dan seakan-akan ini bermakna positif, akan tetapi maksudnya adalah *bhêrreês ben pesse (bhêrse)*. Pada tahun-tahun setelah tahun 2010, masyarakat pemilih sudah tidak cukup diberikan sejumlah uang tertentu dan perlu diberikan jenis hadiah yang lain. Bahkan ada yang lebih tegas menyatakan dengan bahasa simbolik yang menyatakan nominal tertentu itu sudah tidak cukup lagi. Para kaum lelaki akan menyatakan dalam sebuah pantun sederhana, yaitu *tekos asongko'an, mon ghun satos saroko'an*, dimana artinya adalah jika hanya seratus ribu itu hanya cukup buat sekali beli rokok. Sementara itu, para kaum ibu juga punya ungkapan yang berbeda *tekos acalana'an, mon ghun satos satana'an*, dimana artinya adalah jika hanya seratus ribu itu hanya untuk kebutuhan sekali memasak.

Adanya kegiatan *ajêghêh* tersebut memudahkan para panglima untuk mengidentifikasi harapan masyarakat untuk bisa menjatuhkan pilihan kepada calon yang dipilihnya. Bahkan juga lebih memudahkan untuk mengidentifikasi siapa-siapa saja yang masih bisa dibelokkan pilihannya. Setelah itu semua diidentifikasi, terutama terkait berapa nominal yang pantas untuk dijadikan pengikat, maka para panglima akan memberikan semacam pengikat awal dengan istilah *kat okat* (pengikat saja) dan nanti akan ada *sangu* (uang saku) pada saat akan melakukan pencoblosan surat suara. Orang yang akan menyebarkan biasanya coordinator lapangan yang masih ada ikatan keluarga atau berada dalam satu lingkungan *tanean lanjêhêng* yang sama.

Masyarakat menganggap permintaan mereka kepada calon kepala desa tersebut adalah sesuatu yang wajar, karena mendukung calon kepala desa tertentu itu diibaratkan dengan mendorong mobil mogok yang ketika telah terpilih, maka yang akan menikmatinya hanyalah orang-orang terdekat. Bahkan para coordinator lapangan ini akan mendapatkan dana operasional sebagai insentif atas upayanya memantau situasi di lingkungan tempat tinggalnya. Bahkan pada hari-hari mendekati hari pemungutan suara, jika antar kandidat ini sama-sama memiliki kekuatan pendanaan, tim sukses, dan bahkan blater, maka situasi di desa akan menjadi lebih mencekam. Hal ini disebabkan oleh para blater akan begitu dekat dengan pemukiman masyarakat dan tidak jarang untuk berani menantang konflik untuk kemudian tim lobinya bisa masuk ke lokasi tersebut untuk melakukan lobi kepada masyarakat secara langsung.

Para koordinator lapangan akan mendapatkan uang mingguan untuk bisa terus berjaga sampai selesainya masa pemungutan suara. Sebenarnya bukan pada besaran jumlahnya, akan tetapi yang menjadi kebanggaan bagi para tim lapangan ini adalah dianggap menjadi orang penting dalam sebuah proses pemenangan seorang kandidat, apalagi dalam perhitungan diatas kertas, kandidat yang didukungnya jauh lebih unggul. Mengenai besarnya adalah berada dikisaran Rp 200.000,-/ minggu dan akan terus bisa didapatkan sampai pada masa selesainya pemungutan suara, hal ini sebagaimana pernyataan berikut:

Tim yang diundang khusus untuk berjaga di lokasi rumahnya masing-masing akan mendapatkan jatah uang Rp 200.000,- per minggu, sedangkan yang hanya ikut kumpul-kumpul hanya dapat makan saja.

Biaya ini berdasarkan jumlah yang dikeluarkan adalah biaya variable yang pengeluarannya akan bergantung kepada jumlah lokasi pengamanan (*agê jêgêh*). Jumlah lokasi juga akan menentukan jumlah orang yang akan dilibatkan dan bahkan kepadatan rumah di lokasi *tanean lanjhêng* tertentu akan mempengaruhi jumlah nasi bungkus yang harus didistribusikan setiap malamnya. Hal ini penting, karena kiriman nasi bungkus akan menjadi celah bagi pihak lawan politik untuk melakukan penetrasi. Berdasarkan intensitas pengeluarannya, maka biaya ini akan menjadi biaya tetap, dimana biayanya tidak akan dikeluarkan lagi oleh calon kepala desa setelah ditetapkannya seorang kandidat sebagai kepala desa terpilih.

Malam hari H

Malam hari sebelum pemungutan suara akan menjadi momentum yang paling menentukan dalam proses pemenangan seorang calon kepala desa, dimana pada malam hari H ini, semua upaya akan dikerahkan dengan berbagai trik yang akan dilakukan. Bahkan bukti fragmentasi yang disajikan melalui beberapa channel youtube atau media sosial lainnya yang menggambarkan tentang kondisi pada malam hari H yang mencekam dan penuh dengan trik-trik politik (Chanel, 2022; Kompung, 2021; Pena, 2022a, 2022b). Banyak masyarakat yang menyatakan bahwa upaya penghabisan harus dilakukan dari matahari terbenam sampai matahari terbit yang menandakan pemungutan suara akan segera dimulai.

Pada malam hari H pemungutan suara tersebut, semua panglima akan semalam penuh tidak tidur untuk terus memperhatikan kondisi perkembangan suara. Biasanya mereka akan melakukan upaya-upaya yang lebih massif untuk mempelajari kemungkinan-kemungkinan calon pemilih berpindah dukungan atau menyerang basis dukungan lawan politiknya. Bahkan masyarakat akan juga lebih berani untuk menyatakan dirinya akan membuka pintu untuk berpindah komitmen mendukung calon yang lain. Pada pilkades serentak yang dilaksanakan tahun 2022, komunikasi simbolik baru muncul dari masyarakat untuk calon kepala desanya yang dikenal dengan *bhêddhulên* yang dalam makna harfiahnya adalah menggali sampai ke akar-akarnya. Makna sebenarnya dari istilah tersebut adalah mengalihkan pilihan seorang konstituen kepada calon tertentu yang membelinya dengan harga yang sangat mahal. Hal ini terjadi sebagaimana keterangan berikut:

Bhêddhulên itu dilakukan untuk mempengaruhi psikologis lawan politik yang bisa terganggu konsentrasi untuk konsolidasi massa pemilihnya, karena ada sebagian yang telah membangun komitmen dengannya untuk berpindah kepada calon kepala desa yang lain. Ini biasanya dilakukan untuk desa yang jumlah pemilihnya tidak begitu besar, sehingga meskipun mengeluarkan dana besar yang biasanya berkisar 2 juta sampai 5 juta per orang untuk memindahkan pilihannya, namun secara akumulasi tidak akan begitu besar. Para panglima akan menagih komitmen pilihannya dengan berbagai cara, misalnya dengan memotret surat suara yang dicoblosnya sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Para pemilih dipersyaratkan untuk mengenakan instrumen tertentu untuk meyakinkan bahwa fotonya memang asli, karena kami khawatir juga, sudah biayanya besar terus tidak sesuai kesepakatan. (Ahmad).

Biaya ini berdasarkan intensitasnya adalah biaya variabel yang akan bergantung kepada jumlah orang yang dikondisikan dan juga urgensi untuk memberikan jumlah nominal tertentu kepada calon pemilih. Jumlah yang diberikan tidak lagi berupa nominal yang sama sebagai konsep keadilan antar pemilih, tetapi jumlahnya akan sangat bergantung dengan kepentingan yang dipertukarkan. Jumlah yang sedemikian besar ini rela diberikan oleh para kandidat, karena memang hanya akan dikeluarkan satu kali pada periode kontestasi pilkades tersebut dan ini akan memudahkan proses identifikasi dalam proses pencalonan berikutnya tentang siapa saja yang dianggap tidak memiliki komitmen yang kuat. Dengan gambaran kondisi tersebut, seorang calon tidak memerlukan pendekatan khusus, karena hanya selesai dengan pendekatan pertukaran kepentingan.

Pelaksanaan Pemungutan Suara

Tepat pada hari pemungutan suara, mobilitas calon pemilih yang sudah terikat akan terus dalam pengawasan para panglima-panglima masing-masing calon. Tugas ini dilakukan dalam rangka

mengelimir kemungkinan terjadinya jual beli suara di jalan, karena pada saat tersebut kemungkinan terjadinya perpindahan suara bukan hanya antar calon, tetapi juga proses pengurangan suara yang akan dilakukan oleh para bandar judi (Halili, 2009). Bandar judi memang tidak berkepentingan atas kemenangan seorang calon, akan tetapi mereka berkepentingan untuk memenangkan dirinya dalam perjudian yang dilakukan dengan cara mempertaruhkan calon yang akan terpilih. Hal yang sangat mungkin dilakukan oleh bandar judi adalah merusak suara dengan beberapa cara yang biasa dilakukan dengan cara membeli undangan pemungutan suara atau dengan menjadikan pilihan para pemilih menjadi tidak sah.

Dalam rangka menanggulangi hal-hal yang tidak diinginkan tersebut, biasanya calon pemilih akan dimobilisasi dengan menggunakan angkutan yang telah disediakan oleh masing-masing calon dalam rangka mengamankan suara yang telah dijanjikan kepada calon tertentu. Mobil-mobil yang dioperasikan oleh para calon ini adalah cara komunikasi para calon untuk mengingatkan pemilih agar tetap pada komitmennya dan massa yang diangkat dengan mobil tersebut akan dikawal oleh para coordinator lapangan sesuai dengan titik jemput dan titik turun yang telah dipersiapkan oleh para panglima.

Titik jemput biasanya adalah titik kumpul di sekitar *tanean lanjêng* yang menjadi pusat hunian calon pemilih. Selama perjalanan menuju lokasi tersebut, para panglima biasanya menyiapkan konsumsi berupa nasi bungkus sebagai konsumsi pada saat nantinya menunggu waktu pemungutan suara. Nasi bungkus tersebut masih menjadi sarana komunikasi politik untuk memperkuat komitmen calon kepala desa tertentu, yaitu jika salah satu calon ditengarai telah melakukan politik uang dengan mengambil basis suara tertentu yang sebelumnya telah membangun komitmen dengannya. Setelah melakukan analisis atas kondisi serangan fajar, maka nasi bungkus itu akan menjadi alat komunikasi tentang komitmennya masih lebih tinggi dibandingkan calon yang melakukan serangan fajar dengan cara menambahkan sejumlah nominal uang tertentu dalam bungkus nasi tersebut.

Kemudian, calon pemilih itu dibawa ke tempat pemungutan suara yang biasanya disekitar lokasi itu disediakan *shelter* yang fungsinya untuk mengamankan para calon pemilih dari pengaruh pihak luar. Setelah pemilih tersebut menerima nasi bungkus selama diperjalanan menuju titik turun, yaitu *shelter* itu tadi, maka berikutnya pemilih akan dikondisikan menuju lokasi pemungutan suara dengan dikawal oleh para panglima calon kepala desa. Setelah proses pemungutan suara selesai dilakukan, maka pemilih akan diantarkan kembali ke titik jemput di awal.

Semua mobil yang akan melakukan penjemputan telah dikondisikan untuk memudahkan mengingat calon yang akan dipilih, maka sudah sangat biasa masyarakat akan menyebutkan mobilnya calon tertentu. Mobil-mobil ini biasanya dikerahkan oleh calon kepala desa dengan menggunakan mobil-mobil yang dimiliki oleh tim pendukungnya atau bahkan para juragan yang mendukung pemenangannya. Mobil-mobil tersebut disewa atau juga dengan sistem memenuhi seluruh kepentingan operasionalnya, mulai dari bahan bakar ataupun kebutuhan para sopir yang mengemudikannya.

Pada pemilihan kepala desa serentak tahun 2022, mengalami sedikit perubahan, dimana tempat pemungutan suara disebar ke beberapa titik di desa yang kapasitas maksimumnya tiap tempat pemungutan suara adalah sebanyak 400 orang. Kondisi ini menyebabkan pemilih lebih dekat ke tempat pemungutan suaranya dan tidak lagi memerlukan angkutan yang berkapasitas besar untuk memobilisasi massanya. Komunikasi yang dibangun oleh para panglima adalah memberikan seragam sponsor pemenangan calon kepala desa tertentu. Kondisi ini akan mampu menguatkan psikologi pemilih bahwa calon tersebut bukanlah calon yang tanpa *backing* orang hebat dibelakangnya.

Pada saat hari H pemungutan suara ini, pengeluaran calon kepala desa akan cukup besar, karena semua tim sukses harus mengawal seluruh proses di lapangan, mulai dari keluarga inti, orang yang bisa *kaloar masok*, para panglima, para koordinator lapangan dan juga para blater. Para panglima ini akan mendapatkan jatah akomodasi dari mulai menggerakkan massa sampai selesainya perhitungan suara, mulai dari uang representasi, makanan dan minuman, serta rokok. Selain tim utama tersebut, calon kepala desa harus menggerakkan sopir-sopir untuk angkutan para calon pemilih yang juga akan mendapatkan akomodasi yang sama dengan para panglima tersebut. Selain itu juga ada biaya lain yang

sewa mobil yang memang disiapkan untuk memobilisasi massanya dan tambahan tenda yang akan menjadi *shelter* bagi calon pemilih yang telah membangun komitmen dengan kepala desa tertentu.

Biaya-biaya tersebut merupakan biaya yang akan dikeluarkan satu kali selama proses pemilihan kepala desa dalam satu periode tertentu. Secara intensitasnya biaya-biaya ini akan dikategorikan sebagai biaya tetap dan jumlah yang dikeluarkan adalah tergantung kepada seberapa banyak tim yang terlibat dan jumlah akomodasi yang disediakan untuk para pemilih yang telah membentuk komitmen untuk memilih calon kepala desa yang memobilisasinya. Biaya ini pada besaran tertentu akan tetap dikeluarkan oleh calon kepala desa, karena pada momen ini akan sangat menentukan keberhasilan seseorang dalam memenangkan kontestasi pemilihannya.

Pasca Pilkades

Pasca pilkades, pengeluaran yang pasti akan dikeluarkan oleh calon yang telah dinyatakan menang dan dinyatakan sebagai kepala desa terpilih, maka komunikasi yang kemudian muncul dari masyarakat adalah *phelli pas sapenah* (sembelih langsung sapiunya). Istilah ini sangat umum ditemukan dalam sebuah kontestasi pilkades di Madura, karena selain bentuk rasa syukur atas kemenangan yang diraihnya, kegiatan ini juga akan menjadikan para pemilih, baik itu yang mendukung ataupun kontra politiknya akan sama-sama datang ke kediaman kepala desa terpilih untuk makan bersama. Menyembelih sapi ini akan dilakukan, walaupun kepala desa terpilih tersebut tidak memiliki cukup dana untuk membeli sapi tersebut ataupun belum disiapkan sapi untuk disembelih, karena belum adanya kepercayaan diri dalam memenangkan kontestasi.

Menyembelih sapi dan kemudian makan bersama akan menjadi media rekonsiliasi konflik yang muncul sejak dimulainya kontestasi pilkades. Setelah adanya penyembelihan itu, semua akan makan bersama dan duduk bersama dan melupakan perbedaan yang pernah ada, karena mereka telah memiliki *oreng toah* (orang tua) yang baru, sebagaimana prinsip orang Madura yang menganggap kepala desa dengan *ekareng towa'ah* (menjadikan kepala desa sebagai orang tua). Pada saat penetapan calon terpilih, selain hidangan berupa makan dan minuman yang disajikan, maka yang tidak boleh dilupakan untuk disajikan adalah rokok. Jumlah hidangan dan rokok dari pelaksanaan kegiatan ini tidak bisa ditentukan sebelumnya, karena kebahagiaan ini tidak hanya dinikmati oleh warga desa tersebut, tapi semua pihak yang merasa turut memenangkan dan merasa senang atas kemenangan kandidat terpilih, baik dari dalam ataupun luar desa akan datang pada acara tersebut.

Setelah penetapan kepala desa terpilih dilakukan, maka kemudian berikutnya seorang kepala desa terpilih masih punya dua pa⁶⁰aran yang masih harus dilakukan oleh kepala desa terpilih. Pagelaran berikutnya ya²⁵ dilakukan oleh kepala desa terpilih adalah pelantikan kepala desa. Acara ini juga mengandung biaya yang harus dikeluarkan oleh kepala desa terpilih tersebut dalam dua bentuk, yaitu persiapan dirinya sendiri dan acara parade sambutan pelantikan kepala desa yang sah yang telah dilantik. Kebutuhan pribadi adalah kelengkapan seragam untuk dirinya sendiri dan juga istri yang akan mendampingi pada saat pelantikan. Sementara itu acara parade penyambutan pelantikan biasanya akan banyak mobil dan sepeda motor yang mengiringi kepala desa yang sah yang telah dilantik dan bahkan satu desa bisa turut serta dalam pagelaran tersebut.

Acara penyambutan itu pasti meriah, karena disertai dengan acara dalam bentuk diiringi dengan parade seni seperti *marching band* dan *ul daul* bahkan *can macanan*. Peserta yang turut serta dan diundang dalam kegiatan tersebut, baik itu menggunakan mobil dan sepeda motor, maka penggantian biaya bahan bakar dilakukan oleh kepala desa tersebut. Selain itu, setelah sampai di rumah kepala desa, maka akan diberikan sajian hidangan berupa makanan dan minuman dan pastinya yang harus ada adalah rokok. Bahkan para tim utama biasanya akan diberikan seragam khusus sebagai sebuah tanda kebanggaan atas terpilihnya kepala desa yang didukungnya.

Setelah pelantikan selesai dilakukan, maka prosesi terakhir yang akan dilakukan adalah selamat dalam bentuk acara syukuran dan hiburan. Acara syukuran merupakan acara resmi yang menghadirkan semua tokoh agama, baik itu yang berasal daerah tersebut ataupun tokoh agama penting yang dihormati oleh masyarakat di desa tersebut. Upaya menghadirkan tokoh-tokoh agama ini dilakukan oleh kepala desa yang telah dilantik untuk menyatakan dirinya masih terus berhubungan dengan tokoh-tokoh agama

yang siap membimbingnya atau mungkin untuk menunjukkan kekuatan politik dibelakangnya. Setelah acara syukuran, maka acara terakhir adalah hiburan yang bentuknya bisa bermacam-macam, diantaranya adalah dangdutan, *ludruk*, sholawatan atau bahkan karawitan. Jenis hiburan ini bergantung kepada kecenderungan keinginan sebagian besar masyarakatnya.

Biaya ini adalah biaya yang akan dikeluarkan satu kali dalam satu periode jabatan kepala desa dan menjadi biaya tetap. Biaya-biaya ini dipaksakan dilakukan sebagai sebuah upaya menunjukkan kepada masyarakatnya tentang kekuatan dirinya dalam melaksanakan pemerintahan di desa dengan segenap sumber daya yang dimilikinya. Besaran biaya yang harus dilakukan akan sangat bergantung dengan jumlah tokoh yang diundang, jenis hidangan yang disajikan, atau juga jenis hiburan dan penghibur yang dihadirkan.

Kesimpulan

Jenis biaya yang dikorbankan oleh calon kepala desa di Madura akan sangat bergantung kepada komunikasi yang disampaikan oleh masing-masing pihak yang terlibat dalam proses pemilihan kepala desa di suatu daerah. Pada tahap awal dan selanjutnya calon kepala desa atau setelah terpilih ataupun masih ingin mencalonkan kembali harus memperhatikan Bahasa *nyaghêrêh*, *ekareng towa'ah*. Keputusan calon kepala desa untuk ikut kontestasi pilkades akan dipengaruhi adanya *ghuruh* yang menyebabkan adanya *cabisan* dan harus terus dilakukan sebagai sebuah upaya membina koneksi dengan berbagai pusat kekuasaan di Madura. Bahkan pada saat menjelang pemungutan suara akan semakin banyak komunikasi simbolik yang disampaikan oleh pemilih ataupun oleh calon, semisal *parnyo'onan*, *angin tang ngin*, *ajêgêh*, dan bahkan banyak cara berkomunikasi dengan calon kepala desa dalam bentuk *tongkêt*, *bhêrse*, *tekos asongko'an*, *tekos acalana'an*.

Malam hari H pemungutan dan pada saat pemungutan suara, akan menjadi pertarungan puncak para kandidat untuk mendapatkan simpati pemilik. Kekuatan sosok pendukung calon kepala desa akan ditambahkan sebagai sebuah pemantapan bagi calon pemilih untuk tetap pada komitmennya untuk mendukung kandidat tertentu. Komunikasi simbolik akan muncul sebagaimana serangan fajar, *bheddhulen*, bahkan seragam tertentu yang dikenakan saat pelaksanaan pemungutan suara, selain itu secara gerakan adalah mobilisasi massa. Bahkan setelah pemilihanpun masih ada biaya yang harus dikeluarkan oleh kepada desa terpilih untuk pelantikan dan juga syukuran kemenangan dan syukuran pelantikan. Hal yang menjadi unik di Madura bahwa setiap akomodasi yang disajikan dan disediakan itu selalu ada rokok di dalamnya.

Berdasarkan karakteristik biaya yang dikeluarkan oleh seorang calon kepala desa, bisa bersifat berkelanjutan pasca kemenangan kontestasi dan juga pelantikan dan juga ada yang terputus hanya sampai saat penetapan kepala desa usai pelantikan. Adapun jumlah yang harus dikeluarkan sangat bersifat kondisional yang bergantung dengan jumlah pihak yang terlibat dan juga jumlah akomodasi yang disajikan oleh para kandidat. Biaya ini tidak semuanya dikeluarkan dari sumber daya pribadinya semata, akan tetapi juga kadang berasal dari sumber daya poros kekuasaan lain di desa yang terdiri dari juragan, kiai, dan juga bahkan para blater.

Daftar Pustaka

- Abdur Rozaki. (2009). Social origin dan Politik Kuasa Blater di Madura. *Kyoto Review of Southeast Asia*, (11).
- Ahmadi, D. (2008). Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar. *Jurnal Mediator*, 9(2), 301–316.
- Ahwan, Z., & Marzuki, E. (2020). KOMUNIKASI SIMBOLIK DALAM TRADISI BARI'AN DI JAWA TENGAH DAN JAWA TIMUR (Tinjauan Interaksionisme Simbolik). *Al-Itishol Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 51–70.
- Ainillah, S. R. (2016). Elite Politik Dalam Kontestasi di Desa dengan menggunakan studi Peran Blater dalam Pilkades di desa Banjar, Galis, Bangkalan Madura. *Jurnal Politik Muda*, 5(3), 282–290. Retrieved from <http://www.journal.unair.ac.id/download->

fullpapers-jpm018f034c4e2full.pdf

- 9 Alamsyah, M. I., & Prasetyo, I. J. (2018). Persebaya dan Bonek: Simbol-Simbol Komunikasi Supporter Sepakbola Komunitas “Syndicate Bonek Keputih (SBK).” *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 223–238. <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i2.5032>
- 34 Anugerah, D. (2011). Marketing Politik: Urgensi dan Posisinya dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 5(2), 575–598. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i18.379>
- Chanel, R. (2022). PART III//PERANG DUNIA (SERANGAN FAJAR) KEPALA DESA, SAMPAI RIBUT. Indonesia. Retrieved from [youtube.com/watch?v=X9xly_GY0uM](https://www.youtube.com/watch?v=X9xly_GY0uM)
- 2 Chariri, A. (2009). Landasan filsafat dan metode penelitian kualitatif.
- Dewi, S. P., & Kristanto, S. B. (2013). *Akuntansi Biaya*. Bogor: In Media.
- 2 Emzir, M., & Pd, M. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (1st ed.). Jakarta: RAJAGRAFINDO.
- 7 Farida, I. (2019). Mahar Politik Dalam Pandangan Politik Hukum Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.25157/jigj.v7i1.2137>
- Farida Nugrahani. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- 3 Fitriyah. (2011). Fenomena Politik Uang Dalam Pilkada. *Jurnal Ilmu Politik*, 3(1), 5–14. <https://doi.org/10.14710/politika.3.1.2012.5-14>
- 3 Fitriyah, F. (2015). No Title. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 6(2), 101–111.
- 33 Ghozali, I., & Chariri, A. (2014). *Teori Akuntansi* (Edisi 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 28 Gumilar, G. (2008). Makna Komunikasi Simbolik di Kalangan Pengguna Tato Kota Bandung. *MEDIATOR*, 9(1), 51–62.
- 20 Halili. (2009). PRAKTIK POLITIK UANG DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA (Studi di Desa Pakanngan Barat Bluto Sumenep Madura). *Jurnal Humaniora (Lemlit UNY)*, 14(2), 99–112. <https://doi.org/10.1038/132817a0>
- Haris, A., & Amalia, A. (2018). MAKNA DAN SIMBOL DALAM PROSES INTERAKSI SOSIAL (Sebuah Tinjauan Komunikasi). *Jurnal Dakwah Risalah*, 29(1), 16. <https://doi.org/10.24014/jdr.v29i1.5777>
- 36 Hefni, M. (2009). PATRON-CLIENT RELATIONSHIP PADA MASYARAKAT MADURA. *KARSA*, XV(1).
- 22 Hendrikson, E. S., & Breda, M. F. Van. (1992). *Accounting Theory* (5th ed.). Boston: IRWIN.
- 19 Ikmal, M., & Arifin, M. (2020). Anarkisme Politik di Aras Lokal (Peran “Bandit” Politik dalam Pilkada Di Kabupaten Sumenep). *Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan*, 06(02), 123–152. <https://doi.org/10.37058/jipp.v6i2.2219>
- 15 Imam, A., & Ma'mun, S. (2017). Evaluasi Efektivitas Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) Serentak di Kabupaten Pamekasan Tahun 2015. *Jurnal Ilmiah Administrasi Negara*, 2(1), 25–34.

- ³¹ Kertamukti, R. (2013). KOMUNIKASI SIMBOL: PECE DAN PANCASILA. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 6(1), 53–66.
- Kompung, K. (2021). Serangan Fajar Pilkada Film Komedi Kampong Kompung. Indonesia. Retrieved from [youtube.com/watch?v=NXhsGkczj0](https://www.youtube.com/watch?v=NXhsGkczj0)
- ³² Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cetakan Ke). Bandung: PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Mukarom, Z. (2016). *Komunikasi Politik*. Bandung: Pustaka Setia.
- ² Mulyadi. (2007). *Activity-Based Cost System* (keenam). Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya* (Edisi ke-5). Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- ¹² Nurhasanah, N. (2018). PESAN KOMUNIKASI POLITIK PERSIS DALAM PEMILU TAHUN 2014. *Syntax Literate*, 3(4), 159–161.
- Pena, M. (2022a). Siasat Pilkada (1)-Mata Pena. Indonesia. Retrieved from [youtube.com/watch?v=TVjGr54i51w](https://www.youtube.com/watch?v=TVjGr54i51w)
- Pena, M. (2022b). Siasat Pilkada (2)-Mata Pena. Indonesia. Retrieved from [youtube.com/watch?v=2B2zvNuiqOw](https://www.youtube.com/watch?v=2B2zvNuiqOw)
- ¹⁷ Pitoyo, A. J., & Triwahyudi, H. (2017). Dinamika Perkembangan Etnis di Indonesia dalam Konteks Persatuan Negara. *Populasi*, 25(1), 64–81. <https://doi.org/10.22146/jp.32416>
- PSAK 14 (2019). Indonesia: Ikatan Akuntan Indonesia.
- PSAK 16 (2019). Indonesia: Ikatan Akuntan Indonesia.
- ³⁵ Raditya, A. (2011). Politik Keamanan Jagoan Madura. *Jurnal Studi Pemerintahan*, 2(1), 98–133.
- ²⁶ Raziq Hasan. (2014). PERANCANGAN ARSITEKTUR DAN UPAYA PERTAHANAN KELUARGA DALAM KOMUNITAS BERMUKIM MASYARAKAT MUSLIM MADURA. In *SEMINAR NASIONAL ARSITEKTUR PERTAHANAN (ARSHAN)* (pp. 67–78). Surabaya: UPN Veteran Jatim.
- ³⁸ Satori, D., & Komariah, Aa. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- ¹² Siregar, N. S. S. (2011). Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik. *Perspektif*, 4(2), 100–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/perspektif.v1i2.86>
- Sjafrina, A. G. P. (2019). Dampak Politik Uang Terhadap Mahalnya Biaya Pemenangan Pemilu dan Korupsi Politik. *Jurnal Anti Korupsi*, 5(1). <https://doi.org/10.32697/integritas.v5i1.389>
- ³ Solihah, R. (2018). Peluang dan tantangan pemilu serentak 2019 dalam perspektif politik. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 3(1), 73–88. <https://doi.org/10.14710/jiip.v3i1.3234>
- ⁴⁵ Suwardjono. (2014). *Teori Akuntansi Perekayasaan Laporan Keuangan* (Ketiga). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- ¹⁸ Tini, D. L. R. (2017). RELASI BUDAYA POLITIK DI MADURA TERHADAP DEMOKRASI LOKAL: Analisis Reformasi Birokrasi dan Pemilihan Kepala Desa.

Public Corner, 12(2), 9–25.

23

Umar, N. J. (2018). PENGGUNAAN SIMBOL-SIMBOL KOMUNIKASI NON VERBAL ANTARA PENGUNSI IRAN DAN WARGA LOKAL DI MAKASSAR. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(2), 295–303.

Undang-Undang Tentang Desa (2014). Republik Indonesia.

21

Zamroni, I. (2007). Juragan, Kiai dan Politik di Madura. *Jurnal Inovasi Da Kewirausahaan*, 30(65), 264–276. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol30.iss65.art5>

10

Zamroni, M. I. (2007). Kekuasaan Juragan Dan Kiai Di Madura. *KARSA: Journal of Social and Islamic Culture*, 12(2), 168–179. Retrieved from <http://www.ejournal.stainpamekasan.ac.id/index.php/karsa/article/view/140>

Komunikasi Simbolik dalam Menentukan Harga Perolehan Jabatan Kepala Desa di Madura

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 iajawatimur.or.id Internet Source 2%

2 www.ejournalwiraraja.com Internet Source 1%

3 ejournal.umm.ac.id Internet Source 1%

4 adoc.pub Internet Source <1%

5 eprints.umm.ac.id Internet Source <1%

6 Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper <1%

7 www.researchgate.net Internet Source <1%

8 ejournal.forda-mof.org Internet Source <1%

ejournal.undiksha.ac.id

9	Internet Source	<1 %
10	ejournal.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
11	Submitted to Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
12	journal.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %
13	manajemenkeuangan.net Internet Source	<1 %
14	journal3.um.ac.id Internet Source	<1 %
15	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source	<1 %
16	fisip.budiluhur.ac.id Internet Source	<1 %
17	media.neliti.com Internet Source	<1 %
18	jrtd.com Internet Source	<1 %
19	jurnal.unsil.ac.id Internet Source	<1 %
20	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %

21	e-journal.unipma.ac.id Internet Source	<1 %
22	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
23	www.syekhnurjati.ac.id Internet Source	<1 %
24	www.scribd.com Internet Source	<1 %
25	Neneng Yani Yuningsih, Valina Singka Subekti. "Demokrasi dalam Pemilihan Kepala Desa? Studi Kasus Desa Dengan Tipologi Tradisional, Transisional, dan Modern di Provinsi Jawa Barat Tahun 2008-2013", Jurnal Politik, 2016 Publication	<1 %
26	eprints.upnjatim.ac.id Internet Source	<1 %
27	warta-iski.or.id Internet Source	<1 %
28	www.macrothink.org Internet Source	<1 %
29	es.scribd.com Internet Source	<1 %
30	perpustakaan.akuntansipoliban.ac.id Internet Source	<1 %

31	etd.repository.ugm.ac.id Internet Source	<1 %
32	Saktisyahputra Saktisyahputra. "PEMANFAATAN MEDIA KOMUNIKASI HUMAS PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) DKI JAKARTA DALAM MENINGKATKAN CITRA", LUGAS Jurnal Komunikasi, 2019 Publication	<1 %
33	dirdosen.budiluhur.ac.id Internet Source	<1 %
34	journal.jis-institute.org Internet Source	<1 %
35	research-report.umm.ac.id Internet Source	<1 %
36	ejournal.unitomo.ac.id Internet Source	<1 %
37	jurnaliainpontianak.or.id Internet Source	<1 %
38	repository.unib.ac.id Internet Source	<1 %
39	Muhammad Andi Susilawan, Ikhsan Ikhsan, Dodi Haryono. "TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PEMILIHAN GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR DALAM SISTEM PEMERINTAHAN DAERAH DI INDONESIA", FIAT JUSTISIA, 2015 Publication	<1 %

40	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1 %
41	dimykenzha.blogspot.com Internet Source	<1 %
42	bangnudi.blogspot.com Internet Source	<1 %
43	ejournal.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
44	digilib.uinsa.ac.id Internet Source	<1 %
45	Submitted to iGroup Student Paper	<1 %
46	ikhtisar.com Internet Source	<1 %
47	Kristian Indradiarta Gunawan, Joan Santoso. "Multilabel Text Classification Menggunakan SVM dan Doc2Vec Classification Pada Dokumen Berita Bahasa Indonesia", Journal of Information System, Graphics, Hospitality and Technology, 2021 Publication	<1 %
48	archive.org Internet Source	<1 %
49	atikaaribagayota.wordpress.com Internet Source	<1 %

50	bukancuma.com Internet Source	<1 %
51	ejournal.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
52	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1 %
53	repository.unja.ac.id Internet Source	<1 %
54	sumeks.co.id Internet Source	<1 %
55	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
56	www.pabriktasmurah.co.id Internet Source	<1 %
57	Dr. Hajar G Pramudyasmono. "Program Dana Desa dan Pemberdayaan Masyarakat di Desa Srikaton", Jurnal Sosiologi Nusantara, 2020 Publication	<1 %
58	Rohmah Nila Farida, Abd Qohar, Swasono Rahardjo. "Analisis Kemampuan Literasi Matematis Siswa SMA Kelas X Dalam Menyelesaikan Soal Tipe Pisa Konten Change and Relationship", Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika, 2021 Publication	<1 %

59

Sri Indriani Sugawa, Ventje Ilat, Meily Kalalo.
"ANALISIS PERBANDINGAN HARGA POKOK
PRODUKSI DENGAN METODE FULL COSTING
DAN METODE ACTIVITY BASED COSTING
DALAM MENETAPKAN HARGA JUAL RUKO
PADA PT. MEGASURYA NUSALESTARI", GOING
CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2018

Publication

<1 %

60

e-journal.usd.ac.id

Internet Source

<1 %

61

konsultasiskripsi.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off