

## ABSTRAK

Penelitian ini berusaha untuk menunjukkan mengenai strategi pemenangan kandidat SL dalam kontestasi pemilihan kepala desa tahun 2019 yang dilaksanakan di Desa Sidamulih. Pemilihan kepala desa dilaksanakan pada tanggal 23 Juli 2019 yang terbagi atas tujuh TPS di Desa Sidamulih. Penelitian ini melihat bagaimana metode kampanye berbeda yang dilakukan oleh kepala desa terpilih bersama tim sukses untuk mendapatkan kemenangan. Serta strategi yang digunakan dalam memenangkan pemilihan kepala desa yang ada di Desa Sidamulih. Kemudian dengan melihat proses klientalisme yang dibangun berdasarkan polarisasi yang ada hadir secara kultural maupun material. Pemilihan kepala desa atau kepala daerah khususnya di Jawa Tengah memiliki istilah khusus yang digunakan dalam pemilihan yaitu *wuwur* atau *wuwuran*. Istilah tersebut sama diartikannya seperti *money politics* dengan memberikan sejumlah material kepada masyarakat sebagai usaha dukungannya dalam pemilihan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif studi kasus yang berusaha untuk menjelaskan dan mendeskripsikan sebuah fenomena yang terjadi melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan dari penelitian ini adalah penggunaan metode kampanye yang berbeda dari kandidat yang berhasil memenangkan kontestasi walaupun tidak memaksimalkan waktu kampanye dari panitia. Strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan sosialisasi lebih awal kepada masyarakat berdasarkan dusun yang sudah di klasifikasi. Suara yang masuk kepada kandidat terpilih juga memiliki dasar dari adanya kegiatan *wuwur* yang memang terjadi. Fenomena *wuwur* tersebut dibenarkan oleh ketua panitia penyelenggara tetapi tidak dapat memberikan sanksi karena berada diluar proses menjadi kepala desa. Hubungan yang dibangun secara material dan kultural juga terlihat ketika kandidat yang berhasil memenangkan kontestasi menaikan ketua tim suksesnya sebagai ketua dari BPD di Desa Sidamulih.

**Kata Kunci:** Strategi Pemenangan, Kepala Desa, Kontestasi

## ABSTRACT

This research seeks to show the winning strategy for SL candidates in the 2019 village head election contest which was held in Sidamulih Village. The village head election was held on July 23 2019 which was divided into seven polling stations in Sidamulih Village. This research looks at how different campaign methods are used by the elected village head with the successful team to get victory. As well as the strategy used in winning the village head election in Sidamulih Village. Then by looking at the process of clientelism which is built based on existing polarization present both culturally and materially. The election of village heads or regional heads, especially in Central Java, has a special term used in elections, namely wuwur or wuwuran. This term has the same meaning as money politics by providing a number of materials to the public as an effort to support them in elections. The method used in this study is a qualitative case study method that seeks to explain and describe a phenomenon that occurs through interviews, observation, and documentation. The findings of this study are the use of different campaign methods for candidates who have won the contest even though they did not maximize campaign time from the committee. The strategy undertaken is to carry out early socialization to the community based on the classified hamlets. The votes that went to the elected candidate also had a basis from the wuwur activities that did occur. The wuwur phenomenon was justified by the chairman of the organizing committee but could not impose sanctions because he was outside the process of becoming a village head. The relationship that was built materially and culturally was also seen when the candidate who won the contest appointed the head of his success team as chairman of the BPD in Sidamulih Village.

**Kata Kunci:** *Winning strategy, head village, contest*